

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tren Peningkatan Minat Penumpang KRL Commuter Line	2
Gambar 1.2. Grafik Faktor Penyalahgunaan Tempat Duduk Prioritas	5
Gambar 1.3. Grafik Faktor Penyalahgunaan Tempat Duduk Prioritas	6
Gambar 1.4. Kategori Penumpang Prioritas di Tokyo Metro Subway	9
Gambar 1.5. Ragam Media Imbauan di Stasiun dan di Dalam Kereta	9
Gambar 1.6. Iklan Layanan Masyarakat di Stasiun-Stasiun Tokyo	10
Gambar 1.7. Program Edukasi Penumpang KRL Commuter Line	11
Gambar 1.8. Stiker Imbauan Memberikan Tempat Duduk	12
Bagi Penumpang Prioritas	
Gambar 2.1. Proses Manajemen Public Relations	32
Gambar 2.2. Logo Instagram Versi Lama dan Versi Baru	37
Gambar 2.3. Instagram <i>User Interface</i>	38
Gambar 2.4. Tahapan Membangun Hubungan Kemitraan	40
Gambar 3.1. Statistik Target Khalayak	68
Gambar 3.2. Tahapan Perancangan Iklan Layanan Masyarakat	70
Gambar 3.3. Rencana Proses Produksi Iklan Layanan Masyarakat	80
Gambar 3.4. Konsep Warna Dalam Iklan Layanan Masyarakat	83
Tempat Duduk Prioritas	
Gambar 3.5. Konsep Huruf Dalam Iklan Layanan Masyarakat	84
Tempat Duduk Prioritas	
Gambar 4.1. Proses Produksi Iklan Layanan Masyarakat	88
‘Tempat Duduk Ini Miliknya’	
Gambar 4.2. Peneliti Melakukan Survei di Stasiun Manggarai	93
Gambar 4.3. Rancangan Awal Iklan Layanan Masyarakat 1	99
“Ini Miliknya, Itu Milikmu”	
Gambar 4.4. Rancangan Awal Iklan Layanan Masyarakat 2	99
“Reserved Seat”	
Gambar 4.5. Rancangan Awal Iklan Layanan Masyarakat 3	100
“Sadarkan Dia”	
Gambar 4.6. Rancangan Awal Iklan Layanan Masyarakat 4	100
“Peduli Itu Sederhana”	
Gambar 4.7. Hasil Uji Publik - Responden Memahami Pesan	102
Dalam Iklan Layanan Masyarakat	
Gambar 4.8. Hasil Uji Publik - Responden Setuju Dengan	102
Pesan Dalam Iklan Layanan Masyarakat	
Gambar 4.9. Hasil Uji Publik - Waktu Untuk Memahami Isi	103
Iklan Layanan Masyarakat	
Gambar 4.10. Hasil Uji Publik - Cara Responden Memahami	103
Iklan Layanan Masyarakat	
Gambar 4.11. Hasil Uji Publik - Responden Menilai Kesesuaian	104
Gambar dengan Pesan	
Gambar 4.12. Hasil Uji Publik - Responden Mengalami	104
Kesulitan Dalam Memahami Pesan	

Gambar 4.13. Rancangan Akhir Iklan Layanan Masyarakat 1	108
“Ini Miliknya, Itu Milikmu”	
Gambar 4.14. Rancangan Akhir Iklan Layanan Masyarakat 2	108
“Reserved Seat”	
Gambar 4.15. Rancangan Akhir Iklan Layanan Masyarakat 3	109
“Sadarkan Dia”	
Gambar 4.16. Rancangan Akhir Iklan Layanan Masyarakat 4	109
“Peduli Itu Sederhana”	
Gambar 4.17. <i>Screen Capture</i> Publikasi ILM 4 di Instagram PT KCI	111
Gambar 4.18. <i>Screen Capture</i> Publikasi ILM 2 di Instagram PT KCI	111
Gambar 4.19. Perbandingan Jumlah Likes dan Komentar	116
Publikasi Instagram PT KCI Periode 1-15 Maret 2018	
Gambar 4.20. Perbandingan Jumlah Likes dan Komentar	117
Publikasi Instagram PT KCI Periode 1-15 April 2018	
Gambar 4.21. <i>Screen Capture</i> Komentar Positif Khalayak	118
Terhadap Iklan Layanan Masyarakat 4	
Gambar 4.22. <i>Screen Capture</i> Komentar Negatif Khalayak	120
Terhadap Iklan Layanan Masyarakat 2	
Gambar 4.23. <i>Screen Capture</i> Komentar Positif Khalayak	121
Terhadap Iklan Layanan Masyarakat 2	