

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Candra Aribowo

20050530056

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS *JOGJA LAST FRIDAY RIDE* (JLFR)  
DALAM MENGEMBANGKAN MINAT BERSEPEDA

Tahun Skripsi : 2016 xiii + 82 Halaman + 8 Lampiran

Daftar Pustaka : 16 Buku + 1 Jurnal + 5 website

*Jogja Last Friday Ride* (JLFR) adalah kegiatan bersepeda bersama yang teretus pada awal 2010, yang sesuai namanya digelar pada tiap hari Jumat terakhir setiap bulannya dan membatasi rute-rute bersepedanya hanya sebatas Kota Jogja dan sekitarnya yang masih dalam jangkauan. JLFR sedang gencar mengajak masyarakat Yogyakarta lebih mengutamakan transportasi sepeda daripada transportasi kendaraan motor guna mengurangi laju kendaraan bermotor dan kemacetan Yogyakarta. Untuk mengkampanyekan penggunaan sepeda maka diperlukan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Informan penelitian adalah pengurus JLFR. Metode pengumpulan data adalah wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil penelitian strategi komunikasi Komunitas JLFR dalam Mengembangkan Minat Bersepeda dilakukan dengan melakukan perencanaan yang meliputi: Pengenalan situasi terkait kondisi jalan di Jogja dan identitas Jogja sebagai kota sepeda. Tujuan dari JLFR adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang asiknya bersepeda. Penentuan Segmentasi Khalayak JLFR adalah anak muda karena sebagian besar pesepeda adalah anak muda yang mempunyai perkumpulan yang suka bersepeda dari berbagai kelompok. Penentuan pemilihan Media komunikasi JLFR menggunakan media *online* melalui website dan jejaring sosial yaitu facebook dan twitter, hal ini dikarenakan tidak adanya sumber dana dalam pengelolaan kegiatan JLFR di Kota Yogyakarta. Manajemen komunikasi dalam kegiatan JLFR dalam mengembangkan minat bersepeda dilakukan dengan melakukan pengorganisasian oleh pengurus yang hanya dikoordinir oleh para penggagas dan admin yang mengelola komunikasi dalam kegiatan JLFR. Pelaksanaan pengarah informasi dalam kegiatan JLFR melalui *facebook* atau *twiter*. Kegiatan JLFR tidak ada pengawasan secara khusus karena semua dikembalikan kepada anggota. Evaluasi kegiatan JLFR dilakukan setiap tahun sekali untuk mengetahui bagaimana tujuan JLFR yaitu untuk mengembangkan Minat dan kecintaan bersepeda. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan perbaikan dengan pengarah untuk lebih memperbaiki kelemahan dan peluang dalam pelaksanaan kegiatan JLFR untuk meningkatkan kesadaran bersepeda di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Jogja Last Friday Ride*, minat bersepeda

## **ABSTRACT**

University of Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social Science and Political Science  
Communication Science Program  
Concentration Advertising

Candra Aribowo  
20050530056

**COMMUNICATION STRATEGY COMMUNITY JOGJA FRIDAY LAST RIDE  
(JLFR) INTEREST IN DEVELOPING CYCLING**

Thesis Year: 2016 xiii + 82 pages + 8 Appendices

Bibliography: 16 Books Journals + 5 + 1 website

Jogja Last Friday Ride (JLFR) was cycling along the blaze in early 2010, the corresponding name is held on every last Friday of each month and restrict these routes the bicycle was limited to the city of Yogyakarta and surrounding areas are still within reach. JLFR being aggressively invite the people of Yogyakarta prioritize bicycle transportation rather than transportation of motor vehicles in order to reduce the rate of motor vehicles and congestion Yogyakarta. To campaign for the use of bicycles will require communication strategies to convey the message to the public.

The method used in this study is a qualitative method. The informants are JLFR board. Methods of data collection is in-depth interviews and literature.

The results of the research community communication strategy JLFR in Developing Interests Cycling is done by planning that includes: Introduction of related situations and road conditions in Jogja Jogja identity as a city bike. The purpose of JLFR is is to raise public awareness about asiknya cycling. Determining Audience Segmentation JLFR are young because most cyclists are young people who have associations that like cycling of various groups. Determining election JLFR Media communication through website using online media and social networks, namely Facebook and Twitter, this is because there are no sources of funds in the management of JLFR activities in the city of Yogyakarta. JLFR communication management activities in developing interest in cycling was done by organizing by the board that only coordinated by the initiators and administrators that manage communications in JLFR activities. Implementation guidance information in JLFR activities through facebook or twitter. Activity JLFR no special supervision for all returned to members. Evaluation JLFR done annually to determine how JLFR goal is to develop interest and love for cycling. The evaluation results are used to make improvements with the direction to further improve the weaknesses and opportunities in the implementation of activities to raise awareness JLFR for cycling in the city of Yogyakarta.

Keywords: Communication Strategies, Jogja Last Friday Ride, interest in cycling