

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Cara Pengumpulan Data	4
1.5.2 Cara Analisis Data	5
1.6 Kerangka Perancangan	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II	8
DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Teori Komunikasi Massa	8
2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa	9
2.2 Kampanye Sosial	10
2.2.1 Tujuan Melakukan Kampanye	11
2.2.2 Jenis-Jenis Kampanye	11
2.2.3 Pengaruh Pesan Terhadap Keberhasilan Kampanye.....	12
2.2.4 Khalayak Sasaran Kampanye	14
2.3 Teori Periklanan.....	14

2.3.1	Fungsi Periklanan.....	15
2.4	Teori Media Dan <i>Media Planning</i> (ATL, BTL, TTL).....	15
2.5	Teori Identitas Visual	21
2.6	Teori Elemen Desain Grafis	22
2.6.1	Ilustrasi.....	22
2.6.2	Tipografi	23
2.6.3	Warna.....	26
2.6.4	Layout	29
2.7	Kerangka Teori	32
BAB III.....		33
DATA DAN ANALISIS.....		33
3.1	Data.....	33
3.1.1	Data Lembaga Yayasan Konservasi RASI (<i>Rare Aquatic Species Of Indonesia</i>)	33
3.1.2	Data Obyek Penelitian	39
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	43
3.1.4	Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	43
3.1.5	Data Proyek Sejenis	59
3.2	Analisis Data.....	72
3.2.1	Analisis Data Yayasan Konservasi RASI	72
3.2.2	Analisis Data Obyek Penelitian	74
3.2.3	Analisis Data Khalayak Sasaran	74
3.2.4	Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	75
3.2.5	Analisis Matriks Perbandingan Proyek Sejenis	79
3.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	82
BAB IV		85
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		85
4.1	Konsep Pesan.....	85
4.1.1	Big Idea.....	85
4.1.2	Tujuan Pesan	85
4.1.3	Strategi Pesan.....	86
4.1.4	Tagline/Headline/Judul	86
4.2	Konsep Kreatif.....	86
4.3	Konsep Visual.....	88

4.3.1	Konsep Visual Logo	88
4.3.2	Konsep Visual Media.....	91
4.4	Konsep Media.....	96
4.4.1	Jenis Media.....	96
4.4.2	Strategi Media.....	99
4.4.3	Timeline Media.....	100
4.5	Konsep Bisnis	102
4.5.1	Biaya Media.....	102
4.6	Hasil Perancangan	103
BAB V	113
PENUTUP	113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
DAFTAR LAMPIRAN	117