

Daftar Isi

BAB I.....	5
PENDAHULUAN.....	5
1.1 Latar Belakang Masalah.....	5
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Ruang Lingkup.....	10
1.5 Tujuan Perancangan.....	11
1.6 Manfaat Perancangan.....	11
1.6.1 Masyarakat.....	11
1.6.2 Akademis.....	11
1.7 Metode penelitian.....	11
1.7.1 Metode pengumpulan data.....	12
1.7.2 Metode Analisis.....	12
1.8 Kerangka Perancangan.....	13
1.9 Pembabakan.....	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Teori Hewan Liar.....	15
2.1.2 Apendiks 1.....	15
2.1.3 Apendiks 2.....	16
2.1.4 Apendiks 3.....	17
2.2 Kampanye.....	18
2.2.1 Pengertian Kampanye.....	18
2.2.2 Jenis Jenis Kampanye.....	18
2.2.3 Kampanye Sosial.....	19
2.2.4 Tujuan Kampanye.....	20
2.2.5 Pesan Kampanye.....	20
2.2.6 Strategi dan Taktik Kampanye.....	22
2.2.7 Pengertian Persuasi Kampanye.....	23
2.2.8 Strategi Persuasi Kampanye.....	23
2.3 Teori Komunikasi.....	25
2.3.1 Pengertian Komunikasi.....	25
2.3.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi.....	25
2.3.3 Komunikasi Massa.....	26
2.3.4 Fungsi Komunikasi Massa.....	27

2.4. Komunikasi Visual.....	28
2.4.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	29
2.4.2 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	32
2.5 Teori Perkembangan.....	41
BAB III.....	43
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	43
3.1 Data Faktual.....	43
3.1.1 BKSDA JABAR.....	43
3.1.1.1 Tugas Pokok dan Fungsi BKSDA.....	44
3.1.1.2 Tugas Pokok BKSDA.....	44
3.1.1.2 Fungsi Organisasi BKSDA.....	44
3.1.2 Objek Kampanye.....	45
3.1.2.1 Elemen – Elemen Kampanye.....	45
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	46
3.1.3 Perilaku Konsumen.....	47
3.1.4 Upaya Sejenis yang pernah dilakukan.....	48
3.2 Data Analisis.....	49
3.2.1 Hasil Observasi.....	49
3.2.2 Hasil Data.....	51
3.2.3 Perbandingan Dengan kompetitor kampanye sejenisnya.....	51
3.2.3.1 Data Hasil Wawancara.....	52
3.2.4 Analisis SWOT.....	55
3.2.5 Kesimpulan Hasil Analisis.....	57
BAB IV.....	59
4.1 Konsep Perancangan.....	59
4.1.1 Pesan.....	59
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	60
4.2 Strategi Kreatif.....	61
4.2.1 Metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	61
4.3 Studi Kasus Dalam Perancangan kampanye hewan apendiks 2.....	63
4.4 Strategi Desain.....	65
4.5 Strategi media.....	65
4.5.1 Media Utama yang digunakan.....	65
4.6 Strategi Visual.....	66
4.6.1 Konsep Jenis Huruf.....	66
4.6.2 Konsep bentuk.....	67

4.7 Hasil Perancangan	68
BAB V	74
PENUTUP	74
5.1 kesimpulan.....	74
Daftar Pustaka	75
Internet.....	75
Jurnal	76
Referensi Lain	76