

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Permasalahan .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup .....	5
1.4. Tujuan dan Manfaat.....	6
1.4.1. Tujuan Perancangan .....	6
1.4.2. Manfaat Perancangan .....	6
1.5. Metode Penelitian.....	6
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data Analisis .....	7
1.6. Metode Analisis Data .....	8
1.4 Kerangka Teori.....	9
1.8. Pembabakan.....	10
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Komunikasi .....	11
2.1.1. Fungsi Komunikasi .....	11
2.2 Kampanye.....	13
2.2.1 Tujuan Kampanye .....	13

2.2.2	Jenis Kampanye .....	14
2.2.3	Perencanaan Kampanye .....	14
2.2.4	Saluran Kampanye .....	15
2.3	Identifikasi dan Segmentasi Publik .....	15
2.3.1	Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye.....	15
2.3.2	Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye .....	16
2.3.3	Teori Persuasif .....	16
2.3.4	Fungsi Komunikasi Persuasi .....	17
2.4	Strategi Kreatif .....	18
2.5	Media.....	19
2.5.1	Perencanaan Pemilihan Media .....	19
2.6	Periklanan .....	20
2.6.1	Kreativitas Dalam Periklanan .....	20
2.7	Periklanan Layanan Masyarakat.....	21
2.7.1	Tujuan Iklan Layanan Masyarakat.....	22
2.7.2	Elemen Desain Dalam Iklan Layanan Masyarakat .....	22
2.8	Teori Desain Komunikasi Visual .....	22
2.8.1.	Layout .....	23
2.8.2.	Logo .....	24
2.8.3.	Warna .....	24
2.8.4.	Ilustrasi.....	25
2.8.5.	Tipografi.....	25
2.9	Teori AISAS .....	28
<b>BAB III DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Data Objek.....	29
3.1.1.	Tentang WWF ( <i>World Wildlife Fund</i> ).....	29
3.1.2.	WWF Indonesia .....	30
3.2	Data Ikan Hiu .....	31
3.2.1.	Fungsi Peranan Hiu Dalam Ekosistem.....	33
3.2.2.	Jenis Hiu Yang Terancam Punah .....	36
3.2.3	Penanganan dan Pengolahan Produk Ikan Hiu .....	40
3.2.4.	Wilayah Pengelolaan Perikanan Di Indonesia .....	41

3.2.5.	Data Khalayak Sasaran .....	48
3.2.6.	Data Hasil Wawancara .....	50
3.2.7.	Data Proyek Sejenis .....	51
3.3	Matriks Perbandingan.....	52
3.4	Analisis SWOT.....	55
3.5	Kesimpulan Hasil Analisis .....	57
3.6	Pesan.....	58
3.7	Skema Analisis Data .....	59
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>		<b>60</b>
4.1	Konsep Perancangan .....	60
4.4.1	Strategi Pendekatan.....	60
4.1.2.	Strategi Pesan .....	61
4.2	Strategi Kreatif .....	62
4.2.1.	Daya Tarik Emosional.....	63
4.3	Strategi Media .....	63
4.4	Proses Perancangan .....	65
4.4.1	Ide Perancangan .....	65
4.4.2	Deskripsi Perancangan .....	65
4.4.3	Identitas Kampanye.....	65
4.4.4.	Sketsa Visual.....	66
4.4.8.	Konsep Visual .....	67
4.4.6.	Studi Visual Elemen dan Warna .....	69
4.4.7.	Studi Visual Video .....	70
4.4.8.	Studi Visual Logo .....	71
4.5	Media Utama .....	71
4.5.1.	Layout Pada Poster.....	76
4.6	Hasil Perancangan .....	77
4.6.1.	Media Utama.....	77
4.6.2.	Logo .....	82
4.6.3.	Media Pendukung .....	82
4.7	<i>Timeline</i> Promosi.....	89
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>90</b>

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>91</b>
Internet .....	92
Jurnal / Skripsi / Tugas Akhir .....	93
<b>Lampiran .....</b>	<b>94</b>
Data Wawancara.....	94
Studi Literatur.....	94
Arsip Media Kampanye.....	95
Transkrip Wawancara.....	96