

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam mengerjakan pengantar karya tugas akhir ini hingga selesai. Pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang kepada :

1. Allah SWT untuk segala rahmat dan hidayahnya.
2. Kedua orang tua, abang serta adik penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat setiap saat dan dukungan finansial
3. Kepada Dosen pembimbing, Bapak Bambang Melga Suprayogi, S.Sn. yang telah membimbing dari awal hingga selesainya tugas akhir penulis.
4. Dosen-dosen penguji atas segala masukan demi kebaikan pengerjaan tugas akhir ini
5. Teman – teman terbaik Nadia dan Vindra yang selalu bisa membuat tertawa disaat – saat sulit
6. Teman-teman angkatan 2010, terutama Grace, Ghea, Vera, Ichanasa dan Icaul yang menjadi teman begadang dan membantu memberikan saran.
7. Dan semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadi lebih baik lagi di masa depan

Bandung, 28 Juni 2014

Penulis

Ria Risti Adiyati

1401100137

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Masalah Perancangan .....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Ruang Lingkup .....	4
1.4. Tujuan Perancangan .....	5
1.5. Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.1. Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.2. Metode Analisis.....	6
1.6. Kerangka Perancangan .....	7
1.6. Pembabakan.....	8
<b>BAB II. DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kampanye.....	9
2.1.1 pengertian kampanye .....	9
2.1.2 tujuan kampanye.....	10
2.1.3 jenis kampanye .....	10
2.1.4 identifikasi dan segmentasi publik .....	11
2.1.5 faktor penghambat keberhasilan kampanye .....	12
2.1.6 faktor penunjang keberhasilan kampanye .....	13
2.1.7 pesan kampanye.....	14
2.1.8 saluran kampanye .....	
2.2 Komunikasi massa.....	16
2.3 Konsumen.....	17

2.4	Marketing.....	18
2.5	Media.....	19
2.5.1	Event.....	20
2.5.2	Booklet.....	21
2.5.3	Flyer.....	22
2.5.4	Poster.....	22
2.6	Desain Komunikasi Visual.....	22
2.6.1	Pengertian.....	22
2.6.2	Fungsi.....	23
2.6.3	Unsur desain komunikasi visual.....	23
2.7	Logo.....	28
2.7.1	Pengertian logo.....	28
2.7.2	Klasifikasi logo.....	28
2.7.3	Kriteria logo yang baik.....	29
2.8	Layout.....	30
<b>BAB III. DATA DAN ANALISIS</b>		
3.1	Data.....	32
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek.....	32
3.1.2	Data Produk.....	36
3.1.3	Jenis Hiu yang Terancam Punah.....	44
3.1.4	Data Khalayak Sasaran.....	46
3.1.5	Data Hasil Wawancara dan Observasi.....	48
3.1.6	Data Proyek Sejenis.....	49
3.2	Analisis.....	50
3.2.1	Analisis teori kampanye.....	50
3.2.2	Analisis Perbandingan dengan Proyek Sejenis.....	51
3.2.3	Analisis SWOT.....	53
<b>BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>		
4.1	Konsep.....	56
4.1.1	Konsep Pesan.....	56
4.1.2	Konsep Kreatif.....	58

4.1.3	Konsep Media.....	61
4.1.4	Konsep Visual.....	62
4.1.5	Hasil perancangan .....	63
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	KESIMPULAN .....	77
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo WWF.....	32
Gambar 3.2	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 571 .....	38
Gambar 3.3	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 572 .....	39
Gambar 3.4	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 573 .....	39
Gambar 3.5	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 711 .....	40
Gambar 3.6	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 712 .....	40
Gambar 3.7	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 713 .....	41
Gambar 3.8	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 714 .....	41
Gambar 3.9	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 715 .....	42
Gambar 3.10	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 716 .....	42
Gambar 3.11	Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 717 .....	43
Gambar 3.12	<i>Komposisi hasil tangkapan ikan hiu di WPP 718</i> .....	43
Gambar 3.13	Logo #SOSharks.....	49
Gambar 3.14	Logo #savesharks .....	50
Gambar 4.1	Kuali .....	59
Gambar 4.2	Hiu .....	60
Gambar 4.3	Gelembung air .....	60
Gambar 4.4	Sign system.....	61
Gambar 4.5	Font Corbert .....	64
Gambar 4.5	Font Colaborate .....	64

Gambar 4.7	Font Quicksand.....	64
Gambar 4.8	Font Lobster .....	64
Gambar 4.9	Skema warna utama.....	65
Gambar 4.10	Skema warna pendukung.....	65
Gambar 4.11	Logo Kampanye .....	66
Gambar 4.12	Cover depan.....	66
Gambar 4.13	Cover Belakang .....	67
Gambar 4.14	Isi booklet .....	67
Gambar 4.15	Isi booklet .....	67
Gambar 4.16	Isi booklet .....	68
Gambar 4.17	Isi booklet .....	68
Gambar 4.18	Isi booklet .....	68
Gambar 4.19	Isi booklet .....	69
Gambar 4.20	Isi booklet .....	69
Gambar 4.21	Isi booklet .....	69
Gambar 4.22	Isi booklet .....	70
Gambar 4.23	Isi booklet .....	70
Gambar 4.24	Isi booklet .....	70
Gambar 4.25	Isi booklet .....	71
Gambar 4.26	Isi booklet .....	71
Gambar 4.27	Isi booklet .....	71
Gambar 4.28	Isi booklet .....	72

Gambar 4.29	Isi booklet .....	72
Gambar 4.30	Isi booklet .....	72
Gambar 4.31	Flyer.....	73
Gambar 4.32	T-shirt .....	73
Gambar 4.33	Tote Bag .....	74
Gambar 4.34	X-banner.....	74
Gambar 4.35	Gantungan kunci.....	75
Gambar 4.36	Sticker.....	75
Gambar 4.37	Booth .....	76

## DAFTAR TABEL

Gambar 3.1	Analisis perbandingan .....	51
Gambar 3.2	Matrix SWOT .....	54
Gambar 4.1	Penyampaian Pesan dengan AISAS .....	57
Gambar 4.2	Pendekatan Media .....	58
Gambar 4.3	Timeline.....	63