

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala hidayah, dan segala pertolongan dan keridhaan – Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan judul Tugas Akhir “ **PERANCANGAN KAMPANYE ANTI EKSPLOITASI TERHADAP HEWAN (Studi Kasus : Topeng Monyet)** “.

Adapun Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi Syarat Ujian Sidang Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung.

Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar yang tidak terlepas dari bantuan dari semua pihak dari lingkungan keluarga, lingkup kampus Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung maupun dari para sahabat. Maka ungkapan rasa terima kasih serta segala penghargaan yang pantas untuk disampaikan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua orangtua yang teramat sangat dicintai oleh penulis, Ibu Lilis Rosita dan Bapak Onny Budiman. Kakak tercinta, Stephanie Santiani Budiman. Terima kasih atas semangat dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis. Tanpa dukungan semangat, kasih sayang, moril dan yang lainnya penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University.
4. Kepada dosen pembimbing, Ibu Siti Desintha, S.Sn, M.Sn selaku pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya, senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

5. Kepada dosen - dosen penguji, Bapak Sonson Nurusholih, S.Sn., Bapak Jerry Dounald Rahajaan, S.Sn.,M.Sn, Ibu Ira Wirasari, S.Sos.,M.Ds, dan Ibu Sri Nurbani,S.pd.
6. Kepada seluruh dosen, staff dan pegawai TCIS yang telah memberikan ilmu, keramahan dan kekeluargaanya.
7. Rekan – rekan Profauna dan Jakarta Animal Aid Network yang telah membantu dalam kelancaran Tugas Akhir ini.
8. Alumni STISI yang senantiasa memberikan masukan dan bantuannya dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini.
9. Teman – teman seluruh program studi angkatan 2010, 2011, 2012 dan 2013 yang turut andil dalam terciptanya Tugas Akhir ini.
10. Rekan – rekan Tujuh Production dan Eight Production atas pengalamannya.
11. Himpunan Mahasiswa DKV : IMAGI terima kasih atas cerita yang telah dibuat.
12. UKM C.E.K.A.S yang selalu ada untuk mendukung dan memberi semangat.
13. UKM XWASI yang telah memberi petualangan dan kehangatnnya.
14. Wolf Family, Bumi Rizki, Rumah TA Pesona Bali, Heryanto Atse, S.ds, Timbul Penthouse yang dimana menjadi titik awal penulis menyusun Tugas Akhir ini.

Semoga segala sesuatu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Bandung, 15 Juli 2014

Penanggung jawab Yudiris/ Penulis

Michael Christianto Budiman

140110007

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR SKEMA.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat Perancangan	4
1.6. Metode Perancangan.....	5
1.7. Kerangka Perancangan	6

1.8.	Pembabakan.....	7
BAB II. DASAR PEMIKIRAN		
2.1	Kampanye.....	8
2.1.1	Pengertian Kampanye.....	8
2.1.2	Sifat dan Ciri Kampanye	8
2.1.3	Jenis Kampanye	9
2.1.4	Faktor – Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye	10
2.1.5	Faktor – Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye	11
2.2	Media.....	11
2.2.1	Media Kampanye.....	12
2.2.2	Pemilihan Media Kampanye.....	12
2.3	<i>Event</i>	13
2.3.1	Perencanaan <i>Event</i>	16
2.3.2	Penjadwalan <i>Event</i>	17
2.3.3	Pemilihan <i>Venue</i>	17
2.3.4	Pertunjukan langsung.....	17
2.4	Pengertian Buku	18
2.4.1	Jenis Buku.....	18
2.4	Pengertian Fotografi	19

BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Anti Eksploitasi	20
3.2	Topeng Monyet	20
3.2.1	Topeng Monyet Sebagai Mata Pencarian	21
3.2.2	Pelatihan Topeng Monyet.....	21
3.2.3	Jenis Monyet yang Digunakan.....	27
3.2.4	Tempat – tempat Pementasan di Bandung.....	28
3.3	Faktor Meluasnya Eksploitasi Dalam Kasus Topeng Monyet	29
3.4	Hasil Perolehan Data	30
3.5	Gagasan Awal.....	31
3.5.1	Sasaran.....	31
3.5.2	Metode Analisis	31
3.5.3	Matriks SWOT.....	32

BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1	Konsep Perancangan.....	35
4.1.1	Khalayak Sasaran Kampanye	35
4.2	Proses Perancangan	36
4.2.1	Strategi Pendekatan	36
4.2.2	Strategi Komunikasi	36
4.2.3	Strategi Kreatif	38

4.2.4	Strategi Pesan	39
4.2.5	Strategi Visual	39
4.2.6	Strategi Media	40
4.2.7	Konsep <i>Event</i>	42
4.3	Konsep Kreatif	45
4.4	Konsep Visual	46
4.4.1	Visualisasi	46
4.4.2	Logo Kampanye	47
4.4.3	Warna	48
4.4.4	Tipografi	48
4.5	Visualisasi Karya	49
 BAB V. PENUTUP		
5	Kesimpulan dan Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
SUMBER LAIN.....		60
LAMPIRAN.....		61