

ABSTRAK/ABSTRACT

Luas terumbu karang yang dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kerusakan, yang tidak terlepas dari berbagai kegiatan industri, rumah tangga, dapat menimbulkan dampak negatif bukan saja pada sungai, tetapi juga pada kegiatan manusia seperti penambangan karang, penangkapan ikan dengan bahan peledak, telah menimbulkan masalah besar bagi kerusakan terumbu karang.

Gugusan Kepulauan Seribu memiliki potensi yang besar untuk pengembangan berbagai macam industri, seperti pertambangan dan perikanan serta yang terutama adalah pariwisata. Pulau-pulau yang terdapat di Kawasan Taman Nasional Kepulauan Seribu merupakan tempat ideal untuk snorkeling, berenang, atau menyelam. Jumlah wisatawan yang semakin meningkat juga membutuhkan infrastruktur yang lebih besar dan ini dapat menimbulkan polusi dan sikap tidak peduli baik dari wisatawan yang datang

Yayasan Terumbu Karang Indonesia (TERANGI) didirikan pada bulan September 1999 . Terangi merupakan yayasan nirlaba yang bertujuan mendukung konservasi dan pengelolaan sumberdaya terumbu karang Indonesia secara berkelanjutan.

Konsep dari kampanye ini adalah “ Tak Kenal maka Tak Sayang”. Pada tahap awal, masyarakat dan wisatawan akan diberi informasi akan keberadaan dan pentingnya peranan terumbu karang di Kepulauan Seribu. Setelah itu, anak-anak akan diajak untuk mengenali terumbu karang ini baik melalui beberapa media seperti lomba mewarna atau event. Tahap pengenalan ini sendiri dimaksudkan agar dengan mengenal, maka anak-anak akan menyayangi, menjaga, dan melestarikan terumbu karang. Kampanye ini bersifat informatif dan persuasif, anak-anak diberitahu bahwa terumbu karang penting kegunaannya bagi masa depan. Anak-anak diajak untuk mulai belajar melestarikan lingkungan sejak dini, contohnya di Kepulauan Seribu dengan cara yang utama yaitu membuang sampah pada tempatnya, tidak semaunya sendiri, tidak mengambil karang untuk cinderamata, dan lain-lain.

Terumbu Karang di Kepulauan Seribu yang sudah dalam kondisi rusak membutuhkan suatu pembaharuan yaitu dengan mengadakan transplantasi karang. Dengan adanya transplantasi, diharap terumbu karang menjadi sehat lagi dan dapat menjadi tempat tinggal memberi makan bagi ikan-ikan dan makhluk laut lainnya. Diadakan kampanye ini bertujuan untuk mengembalikan kondisi terumbu karang yang rusak, serta untuk masa depan kita manusia, sektor pariwisata dan laut Indonesia.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	3
I. Latar Belakang Masalah.....	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1. 3 Tujuan Pembahasan.....	6
1.3.1 Ruang Lingkup Kajian	6
1.4 Sumber Data	7
1.4.1 Data Primer	7
1.4.2 Data Sekunder	7
1.5 Teknik Pengumpulan Data	7
1.5.1 Wawancara	7
1.5.2 Observasi	8
1.5.3 Studi Pustaka	9
1.6 Kerangka Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pengertian teori kampanye, dan periklanan	11
2.1.1 Kampanye	11
2.1.1a Aspek perencanaan kampanye:	12
2.1.1b Tujuan Kampanye.....	18
2.1.1b Pelaksanaan Kampanye.....	19
2.1.2 Periklanan.....	22
2.2.1 Berapa lama waktu yang dibutuhkan karang untuk tumbuh?	25
2.2.2 Berapa umur sebuah Terumbu Karang ?	25
2.2.3 Jenis terumbu karang.....	27
2.2.4 Sumber Kehidupan Karang.....	28
2.2.5 Manfaat terumbu karang.....	28

2.2.5 Nilai Ekonomis Terumbu Karang	30
2.2.6 Kerugian yang Ditimbulkan karena Hancurnya Terumbu Karang.....	33
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	34
3.1 Data dan Fakta.....	34
3.1.1. Yayasan Terangi	34
3.1.2 Tinjauan terhadap proyek sejenis.....	65
3.1.2a International Year Of the Reef	65
3.1.2b Penyelamatan terumbu karang di Teluk Kimbe, Papua.....	66
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta	68
BAB IV	71
PEMECAHAN MASALAH	71
4.1 Konsep komunikasi	71
4.1.1 Tahap Kognitif (<i>Conditioning</i>).....	71
4.1.2 Tahap Afektif (<i>Informing</i>).....	72
4.1.3 Tahap Behaviour (<i>Reminding</i>)	72
4.2 Konsep Kreatif	72
4.3 Konsep Media.....	75
4.4 Biaya dan <i>budgeting</i>	91
4.5 Timeline.....	92
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94