

ABSTRAK

KAMPANYE MEMPOPULERKAN PROGRAM ADOPSI PENYU YANG DILAKUKAN BIOFARMA SEBAGAI SALAH SATU UPAYA MELINDUNGI PENYU DARI KEPUNAHAN

**Oleh
Alung Angjaya
NRP 0964202**

Penyu hijau merupakan salah satu hewan yang sudah dilindungi. Namun hingga saat ini, masih banyak diburu untuk mendapatkan daging, telur, bahkan dijadikan cinderamata. Sebagai warga Jawa Barat, kita dapat berpartisipasi untuk menjaga kelangsungan penyu hijau dengan cara mendukung Program Mari Adopsi Penyu yang dilakukan oleh Biofarma.

Dengan mendonasikan uang sebesar 1 juta rupiah untuk 1 sarang, kita membantu menjaga sarang penyu dari predator dan juga orang tak bertanggung jawab selama 2 bulan hingga telur menetas dan siap dilepaskan ke laut. Namun program ini masih belum diketahui oleh orang banyak dikarenakan media pendukungnya masih belum efektif.

Dengan mengkampanyekan Program Mari Adopsi Penyu melalui media yang lebih efektif dan juga visual yang disesuaikan, diharapkan dapat lebih menarik perhatian masyarakat Jawa Barat untuk mengetahui permasalahan yang ada dan turut menyukseskan program ini.

Kata kunci : adopsi, biofarma, penyu, kampanye, media, Jawa barat

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN TO SUPPORT ADOPTION OF SEA TURTLE IS LAUNCHED BY BIOFARMA IN ORDER TO PROTECT SEA TURTLES FROM EXTINCTION

**Submitted by
Alung Angjaya
NRP 0964202**

Green sea turtle is an endangered species that needs to be protected. however, they are continuously being hunted for their meat and eggs. They are also being hunted to be preserved and made into souvenirs.. As West Java civilians, we could participate a program called “Program Mari Adopsi Penyu” (Let’s Adopt Sea Turtles Program) which is held by Biofarma. This program allows us to protect green sea turtle species from extinction.

we could participate to protect Green turtle nest from predators and irresponsible humans by donating one milion rupiahs per nest. These money would spent on nursing green turtle eggs for 2 months until they are ready to be released to the ocean. However, this program is not yet popular because of ineffectiveness supporting medias.

To gain more attentions from West Java civilians, “Program Mari Adopsi Penyu” campaign needs more effective media and good visuals. Civilians are expected to know this problem and encouraged to support the program.

Keywords: adoption, biopharma, turtles, campaigns, media, West Java

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pemecahan Masalah	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	5

BAB 2 : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Ruang Lingkup Desain Komunikasi	6
2.1.1 Komunikasi Visual	6
2.1.2 Elemen-Elemen dalam Desain Komunikasi Visual.....	7
2.2 Pengertian Kampanye	10
2.2.1 Tujuan Kampanye.....	10
2.2.2 Komponen Kampanye	11
2.3 Teknik Kampanye	12
2.4 Media Kampanye	13
2.5 Strategi Komunikasi Kampanye	14
2.6 Materi dan Isi Program Kampanye	16
 BAB 3 : DATA DAN ANALISI MASALAH.....	 18
3.1 Data dan Fakta.....	18
3.1.1 Lembaga Terkait.....	18
3.1.1.1 Bio Farma.....	18
3.1.1.2 IUCN	20
3.1.2 Fakta Tentang Satwa Liar di Indonesia	22
3.1.3 Fakta mengenai Penyu Hijau	23
3.1.4 Penangkaran Penyu di Pantai Pangumbahan, Sukabumi.....	25
3.2 Data Khalayak Sasaran	28
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	29

3.3.1 SWOT Kampanye.....	29
3.3.2 Data Peninjauan Sejenis	30
3.3.3 Hasil Wawancara	31
3.3.4 Hasil Kuesioner	31
 BAB 4 : PEMECAHAN MASALAH.....	 35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	36
4.2.1 Logo	37
4.3 Konsep Media	38
4.4 Timeline	54
4.5 Budgeting Media	54
 BAB 5 : PENUTUP	 55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	55
 DAFTAR PUSTAKA	 57
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	5
Gambar 3.1	Logo Bio Farma	15
Gambar 3.2	Logo IUCN	17
Gambar 3.3	Pantai Pangumbahan.....	22
Gambar 3.4	Jalan masuk menuju tempat konservasi.....	23
Gambar 3.5	Tempat konservasi penyu	23
Gambar 3.6	Penyu hijau yang sedang bertelur	24
Gambar 3.7	Bayi penyu	24
Gambar 3.8	Kampanye yang dilakukan oleh WWF Indonesia	26
Gambar 4.1	Logo Mari Adopsi Penyu.....	30
Gambar 4.2	Poster tahap pertama seri pertama	31
Gambar 4.3	Poster tahap pertama seri kedua	32
Gambar 4.4	Poster tahap kedua	33
Gambar 4.5	Poster <i>Event</i>	34
Gambar 4.6	Brosur	35
Gambar 4.6.1	Bagian <i>cover</i> depan dan belakang brosur	35
Gambar 4.6.2	Halaman pertama	36
Gambar 4.6.3	Halaman kedua	36
Gambar 4.6.4	Halaman ketiga	37
Gambar 4.7	<i>Website</i>	38
Gambar 4.7.1	<i>Home page</i>	38
Gambar 4.7.2	<i>Event page</i>	39
Gambar 4.8	Pin pembuka botol	39

Gambar 4.9	<i>Totebag</i>	40
Gambar 4.10	Topi dan T-shirt	40
Gambar 4.11	Maskot	41
Gambar 4.12	Baliho.....	41
Gambar 4.13	Roll Banner	42
Gambar 4.14	Facebook.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Timeline	54
Tabel 4.2	Budgeting.....	54