

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE GERAKAN CINTA TAHURA UNTUK Mendukung PROGRAM KONSERVASI HUTAN KOTA BANDUNG

Oleh
Nicowall Martin Djami
NRP 0964125

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda memiliki latar belakang pra sejarah, dengan ditemukannya peralatan dan tulang-tulang manusia purba dan berkaitan juga dengan sejarah kolonial di Indonesia hal ini bisa dibuktikan dengan adanya situs sejarah Goa Jepang dan Goa Belanda, termasuk artifak-artifak kuno yang ada di sepanjang kawasan Tahura. Tahura diresmikan menjadi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda pada 14 Januari 1985.

Namun saat ini kelestarian Tahura menjadi terancam karena sikap buruk dari pendatang dan penghuni disekitar Tahura. Banyak yang membuang sampah sembarangan dan juga merusak hutan dengan memotong pohon sembarangan, selain banyaknya yang menjual lahan mereka ke orang luar Tahura.

Untuk mengatasi berbagai masalah tersebut, maka dibuat sebuah kampanye yang bertema Gerakan Cinta Tahura. Tujuannya untuk mendukung program konservasi kelestarian Tahura serta mengajak masyarakat Bandung dan pengunjung Tahura untuk lebih peduli terhadap hutan kota satu-satunya di Bandung dan dapat menginspirasi bukan hanya masyarakat Bandung tapi juga masyarakat Indonesia pada umumnya untuk mengaplikasikan peduli lingkungan ke hutan kota lainnya.

Kata kunci : Taman Hutan Raya, Tahura, Bandung, Kampanye, Konservasi

ABSTRACT

DESINGING LOVE FOR TAHURA MOVEMENT TO SUPPORT BANDUNG CITY FOREST PRESERVATION PROGRAM

Nicowall Martin Djami/0964125

Ir. H. Djuanda city forest area has a pre-historic background and the history of Dutch colonialism in Indonesia. These can be proven by the discovery of some fossil of pre-historic human and the existence of the Dutch Cave and Japanese Cave, plus some other ancient artifacts throughout the area. The city forest was made official as Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (garden forest of Ir. H. Djuanda) on 14 January 1985.

However, the preservation of this city forest is under a threat from the visitors and the local people alike as they have a bad attitude towards the existence of the forest. People litter and also cut down the tree, and some sold their land to the outsiders.

To solve these problems, a campaign is made with its topic: The forest love movement. The aim of the campaign is to support the conservation program and also to engage Bandung people and the visitors to care more about the only city forest in Bandung, and the campaign can inspire not only Bandung people, but also Indonesian people in general to care for their environment such as city forest.

Keywords: Taman Hutan Raya, city forest, Bandung, campaign, conservation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRAC</i>	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Identitas	5
2.2 <i>Branding</i>	6
2.3 Logo.....	7
2.4 Promosi.....	12
2.4.1 Definisi Promosi	12
2.4.2 Fungsi Promosi	12
2.5 Tinjauan Tentang Dewasa	14
2.5.1 Psikologi Perkembangan.....	14
2.5.2 Pembagian umur Dewasa menurut Hurlock	15
2.5.2 Pembagian Kelompok Dewasa, menurut Kasali.....	15
2.5.2 Pembagian umur Dewasa menurut Hurlock	15
2.6 Perbedaan minat pada dewasa awal dan masa dewasa madya	16
2.6.1 Minat terhadap lambang-lambang status sosial	16

2.6.2 Minat Terhadap Rekreasi	16
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	18
3.1 Data dan Fakta	18
3.1.1 Taman Hutan Raya Djuanda.....	18
3.1.2 Visi dan Misi Taman Hutan Raya Djuanda	19
3.1.3 Ir. Imam Santoso, M.Sc	19
3.1.4 Media Promosi Taman Hutan Raya Djuanda	20
3.1.5 Hasil Wawancara dengan Ir. Imam Santoso, M.Sc	21
3.1.6 Grafik Pengunjung Tahura.....	23
3.1.7 Kuisisioner.....	23
3.1.8 Tinjauan Terhadap Karya Sejenis	30
3.2 Analisis Terhadap Data dan Fakta.....	34
3.2.1 Analisis SWOT	34
3.2.2 Analisis STP	34
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	36
4.2.1 Ilustrasi.....	36
4.2.2 Film.....	36
4.2.3 <i>Layout</i>	36
4.2.4 Tipografi	37
4.2.5 Warna.....	38
4.3 Konsep Media.....	38
4.4 <i>Time Line</i> Acara	39
4.5 Hasil Karya.....	40
4.5.1 Logo	40
4.5.2 Media Kampanye	44
4.5.3 Aplikasi Media.....	49
BAB V PENUTUP.....	53

DAFTAR DIAGRAM.....	35
Diagram 3.1.6 Diagram pengunjung Tahura	23
Diagram 3.1.7.1 Diagram Kuisisioner	24
Diagram 3.1.7.2 Diagram Kuisisioner	24
Diagram 3.1.7.3 Diagram Kuisisioner	25
Diagram 3.1.7.4 Diagram Kuisisioner	25
Diagram 3.1.7.5 Diagram Kuisisioner	26
Diagram 3.1.7.6 Diagram Kuisisioner	26
Diagram 3.1.7.7 Diagram Kuisisioner	27
Diagram 3.1.7.8 Diagram Kuisisioner	27
Diagram 3.1.7.9 Diagram Kuisisioner	27
Diagram 3.1.7.10 Diagram Kuisisioner	27
DAFTAR GAMBAR	35
Gambar 3.1 Logo Taman Hutan Raya Djuanda	18
Gambar 3.1.4 Web Promosi Taman Hutan Raya Djuanda	20
Gambar 3.1.5 Wawancara dengan Bapak Imam Santoso dan Bapak Hasan	21
Gambar 3.1.8.1 Poster Charitree Fun Run	30
Gambar 3.1.8.2 Poster twitter lomba Fotografi	31
Gambar 3.1.8.3 Poster Tahura Djuanda <i>Trail Running Race</i>	32
Gambar 3.1.8.4 Poster Festival Sahabat Tahura	33
Gambar 4.3.1.1 Sketsa logo	41
Gambar 4.3.1.2 Logo final yang digunakan	42
Gambar 4.3.2 Contoh Poster <i>Awareness</i>	43
Gambar 4.3.2 Contoh Poster <i>Informing</i>	44
Gambar 4.3.2 Contoh Pengaplikasian Baliho	45
Gambar 4.3.2 Contoh Pengaplikasian pada Facebook	45
Gambar 4.3.2 Contoh iklan kampanye Pengaplikasian di Instagram	46
Gambar 4.3.2 Contoh iklan lomba film Pengaplikasian diposter	47
Gambar 4.3.3 Contoh Pengaplikasian di koran	47
Gambar 4.3.3 Contoh Pengaplikasian di majalah	48
Gambar 4.4. <i>Time Line Acara event</i>	49