

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PELESTARIAN BURUNG ELANG JAWA BARAT BAGI MASYARAKAT

Oleh

Eggy Fitra Priesna

NRP 0764187

Indonesia memiliki 16% dari 10.000 jenis burung di Dunia, namun dalam data yang tercatat di Indonesia, 102 di antaranya merupakan jenis yang terancam punah. Salah satu jenis burung yang terancam adalah Burung Elang Jawa Barat yaitu Elang Jawa, Elang Bondol, Elang Hitam, Elang Bido, dan Elang Brontok.

Tujuan pada perancangan ini adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat melalui kampanye untuk lebih menjaga Burung Elang Jawa Barat, sekaligus merancang media DKV yang dapat menginformasikan mengenai burung endemik Indonesia yang dilindungi dan terancam punah sesuai dengan kalang dewasa dini.

Media perancangan yang digunakan adalah dengan observasi di lapangan, khususnya di komunitas pecinta burung Elang dan juga melakukan wawancara pada berbagai pihak yang kemudian membuat strategi komunikasi dan strategi kreatif yang berlandaskan teori-teori yang berkaitan dengan kampanye. Adapun media yang digunakan dalam kampanye ini adalah dengan media poster digunakan sebagai pendukung untuk mengedukasi dan menginformasi mengenai burung Elang Pulau Jawa Barat. Selain itu untuk mengubah pola pikir dan meningkatkan rasa empati masyarakat agar tidak menjadikan hewan peliharaan atau diperjual belikan. Perancangan media promosi dari poster ini didukung dengan media *website*, media sosial, *x-banner*, *billboard*, dan *gimmick*.

Kata kunci: Burung, Elang, Endemik, Kampanye.

ABSTRACT

WEST JAVA EAGLES PRESERVATION CAMPAIGN DESIGN TO THE COMMUNITY

Eggy Fitra Priesna

NRP 0764187

Indonesia has 16% of the 10,000 species of birds in the world, unfortunately, according to the data recorded in Indonesia, 102 of which are endangered species. One of the threatened Eagles is West Java island Eagles namely Java Eagle, Eagle Bondol, Black Eagle, Eagle Bido, and Eagle Brontok.

The objective in this design is to provide information to the public through a campaign to better preserve West Java Eagles as well as designing DKV media that can give information about the Indonesian endemic birds that are endangered and protected in accordance with prop early adulthood.

The media used for this design are field observation, particularly in the community of eagle lovers and also interviews with various parties which then made communication and creative strategies based on the theories related to the campaign. The media used in this campaign is the poster used as a supporting medium to educate and inform people about the West Java eagles. In addition to this it also hoped that this design will change the mindset and increase people's empathy towards the eagles and therefore not making them as a pet or trading them. The design of promotion medium, which is a poster, is supported by websites, social media, X-banners, billboards, and a gimmick.

Keywords: Birds, Eagle, Endemic, Campaign.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	7
2.1 Satwa Endemik di Indonesia.....	7
2.1.1 Satwa Endemik di Indonesia yang terancam	7
2.1.2 Satwa Endemik di Indonesi yang dilindungi	

Perundang- Undangan Indonesia	7
2.2 Teori-Teori Kampanye	8
2.2.1 Model-Model Kampanye	9
2.2.2 Media Kampanye	11
2.3 Teori Komunikasi.....	13
2.3.1 Komunikasi Massa	13
2.4 Psikologi Dewasa Dini	14
2.5 <i>Layout</i>	14
2.5.1 <i>Margin</i>	16
2.5.2 <i>Grid</i>	17
2.5.3 Tipografi.....	17
2.5.4 Teori Psikologi Warna	18
2.6 <i>Srategic Experience Modules</i>	19
2.6.1 <i>Sense</i>	19
2.6.2 <i>Feel</i>	20
2.6.3 <i>Think</i>	21
2.6.4 <i>Act/ Do</i>	22
BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH	23
3.1 Data dan Fakta.....	23
3.1.1 Lembaga yang Terkait.....	23
3.1.2 <i>Birdlife</i> Indonesia.....	23
3.1.3 Suaka Elang.....	26
3.1.4 Burung Indonesia	32

3.2	Tinjauan Terhadap Proyek	34
3.2.1	Penjual Pasar Pramuka	34
3.2.2	Penjual Pasar Burung Sukahaji	34
3.3	Data Hasil Observasi	35
3.4	Hasil Kuesioner	37
3.5	Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	44
3.5.1	STP	44
3.5.2	SWOT	45
3.6	Tinjauan Karya Sejenis	46
BAB 4	PEMECAHAN MASALAH	50
4.1	Konsep Komunikasi	50
4.2	Konsep Kreatif... ..	50
4.2.1	Konsep Visual	50
4.3	Konsep Media	51
4.3.1	<i>Timeline</i>	53
4.4	Hasil Karya	54
4.4.1	Logo	54
4.4.2	<i>Font</i>	55
4.4.3	Poster	56
4.4.4	<i>Website</i>	60
4.4.5	<i>Facebook</i>	65
4.4.6	<i>Twitter</i>	66
4.4.7	<i>Web Banner</i>	67

4.4.8 Brosur	68
4.4.9 <i>X-Banner</i>	69
4.4.10 <i>Video</i>	70
4.4.11 <i>Stand Booth</i>	75
BAB 5 PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sekema Perancangan	6
Gambar 3.1 Logo JAAN	23
Gambar 3.2 Logo Suaka Elang	26
Gambar 3.3 Elang Hitam.....	27
Gambar 3.4 Elang Bido.....	28
Gambar 3.5 Elang Jawa.....	29
Gambar 3.6 Elang Brontok	30
Gambar 3.7 Elang Bondol.....	31
Gambar 3.8 Wawancara.....	33
Gambar 3.9 Wawancara.....	33
Gambar 3.10 Pasar Burung di Sukahaji	35
Gambar 3.11 Pasar Burung di Sukahaji	35
Gambar 3.12 <i>Facebook</i>	36
Gambar 3.13 <i>Facebook</i>	36
Gambar 3.29 Garuda	46
Gambar 3.30 Isi Garuda	46
Gambar 3.31 <i>Field Guide to Reptord of Asia</i>	47
Gambar 3.32 Rancangan Pemulihan Spesies Elang Jawa.....	48
Gambar 3.33 Musim Kembara Sang Pemangsa.....	49
Gambar 4.1 <i>Timeline</i>	53
Gambar 4.2 Logo SARANG.....	54
Gambar 4.3 <i>Font Fontastique</i>	55

Gambar 4.4	<i>Font Orator STD</i>	55
Gambar 4.5	<i>Font Rubrik Reguler</i>	55
Gambar 4.6	Poster.....	56
Gambar 4.7	Poster.....	57
Gambar 4.8	Poster.....	58
Gambar 4.9	<i>Newspaper Poster SARANG</i>	59
Gambar 4.10	Majalah SARANG	59
Gambar 4.11	<i>Website Tampilan About</i>	60
Gambar 4.12	<i>Website Tampilan About</i>	61
Gambar 4.13	<i>Website Tampilan Gallery</i>	62
Gambar 4.14	<i>Website Tampilan Contact</i>	63
Gambar 4.15	<i>Website Tampilan Forum</i>	64
Gambar 4.16	<i>Facebook</i>	65
Gambar 4.17	<i>Twitter</i>	66
Gambar 4.18	<i>Web Banner</i>	67
Gambar 4.19	Brosur	68
Gambar 4.20	<i>X-Banner</i>	69
Gambar 4.21	Video 1	70
Gambar 4.22	Video 2	71
Gambar 4.23	Video 3	71
Gambar 4.24	Video 4	72
Gambar 4.25	Video 5	72
Gambar 4.26	Video 6	73
Gambar 4.27	Video 7	73

Gambar 4.28 Video 8	74
Gambar 4.29 Video 9	74
Gambar 4.30 <i>Stand Booth</i>	75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.14 Hasil Kuesioner 1	37
Grafik 3.15 Hasil Kuesioner 2	37
Grafik 3.16 Hasil Kuesioner 3	38
Grafik 3.17 Hasil Kuesioner 4	38
Grafik 3.18 Hasil Kuesioner 5	39
Grafik 3.19 Hasil Kuesioner 6	39
Grafik 3.20 Hasil Kuesioner 7	40
Grafik 3.21 Hasil Kuesioner 8	40
Grafik 3.22 Hasil Kuesioner 9	41
Grafik 3.23 Hasil Kuesioner 10	41
Grafik 3.24 Hasil Kuesioner 11	42
Grafik 3.25 Hasil Kuesioner 12	42
Grafik 3.26 Hasil Kuesioner 13	43
Grafik 3.27 Hasil Kuesioner 14	43
Grafik 3.28 Hasil Kuesioner 15	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Rangkuman Wawancara

Lampiran B Kuesioner

Lampiran C Sketsa