

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE AYO PULANG UNTUK MENGURANGI ANJING TERLANTAR DENGAN CARA ADOPSI

Oleh
Bobby Chandra
NRP 1364098

Kurangnya tanggung jawab dan komitmen dari sebagian pemilik anjing di Indonesia menyebabkan adanya anjing terlantar. Kondisi ini diperparah karena banyak juga masyarakat yang mulai ingin memelihara anjing tapi tidak bertanggung jawab dan berkomitmen dalam jangka waktu yang lama. Otomatis jumlah anjing terlantar semakin banyak. Karena anjing merupakan hewan yang sensitif, maka manusia harus prihatin terhadap hal ini. Keprihatinan terhadap permasalahan tersebut menimbulkan upaya dari beberapa kelompok, untuk dapat memfasilitasi anjing terlantar menjadi anjing yang siap untuk diadopsi oleh pemilik baru.

Tujuan perancangan yang dilakukan adalah mengubah pola perilaku masyarakat untuk lebih memilih adopsi, sehingga mengurangi jumlah anjing terlantar di kota besar di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan anjing.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang kampanye dengan tahapan *Awareness*, *Informing* dan *Reminding*. Adapun media yang digunakan adalah media sosial, website dan video animasi sehingga target pengguna dapat dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi terkait sesuai dengan kebutuhan serta semakin yakin untuk menjadi adopter anjing terlantar. Melalui perancangan kampanye ini maka diharapkan masyarakat yang menjadi target memiliki perubahan pola pikir dan perilaku sesuai dengan yang diharapkan sehingga anjing terlantar di Indonesia dapat berkurang.

Kata kunci: adopsi, anjing terlantar, kampanye, kesejahteraan hewan, website

ABSTRACT

AYO PULANG CAMPAIGN IN ORDER TO REDUCE STRAY DOGS WITH ADOPTION METHOD

Submitted by
Bobby Chandra
NRP 1364098

The Lack of responsibility and commitment of some dog owners in Indonesia has led to the existence of stray dogs. This condition is worsened because many people are starting to want to pet new dog but did not responsible and committed for the long term. Because of that the number of stray dogs are increasing. Since dogs are sensitive animals, people must concerned about this. Concerns over these issues led to the efforts of some groups, to be able to facilitate abandoned dogs to be ready for adoption by new owners.

The main purpose of this campaign is to change the behavior patterns of people to prefer adoption rather than buy dogs from petshop, thereby it will reducing the number of abandoned dogs in major cities in Indonesia and improving the welfare of dogs.

The method that author used to design this campaign is with Awareness, Informing and Reminding stages. The media used are social media, websites and video animation so that target users can easily access and get related information in accordance with the needs and more convenient to become adopter for stray dog. Through the design of this campaign author expect that the target community would change the mindset and behave as it is so that abandoned dogs in Indonesia can be reduced.

Keywords: adoption, stray dog, campaign, animal welfare, website

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber & Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Sejarah Anjing	6
2.2 Hubungan Anjing dengan Manusia	7
2.3 Kesejahteraan Hewan (<i>Animal Welfare</i>)	7
2.3.1 Definisi Kesejahteraan Hewan (<i>Animal Welfare</i>)	7
2.3.2 <i>The 5 Freedoms</i> (5 Kebebasan Hewan)	7
2.4 Teori Kampanye	8
2.4.1 Jenis-jenis Kampanye	9
2.4.2 Persuasi sebagai landasan kampanye	10
2.5 Teori Media Sosial	11
2.5.1 Teori Animasi	12

2.5.2 Teori Website	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	13
3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Lembaga dan Perusahaan terkait	13
3.1.2 Data tentang gejala/ fenomena yang terjadi	19
3.1.3 Tinjauan karya sejenis	34
3.2 Analisa terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta	35
3.2.1 Undang-undang pemerintah Indonesia yang terkait tentang kesejahteraan hewan	35
3.2.2 Analisa SWOT mengurangi anjing terlantar dengan cara mengadopsi	39
3.2.3 Analisis STP pemecahan masalah	41
3.2.4 Analisis SWOT terhadap pemilihan media	41
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	43
4.1 Konsep Komunikasi	43
4.2 Konsep Kreatif	45
4.2.1 Gaya Visual	45
4.2.2 Tata Letak	45
4.2.3 Tipografi	47
4.2.4 Warna	48
4.3 Konsep Media	48
4.3.1 <i>Awariness</i>	49
4.3.2 <i>Informing</i>	49
4.3.3 <i>Reminding</i>	49
4.4 Hasil Karya	50
4.4.1 Logo	50
4.4.2 Poster	53
4.4.3 <i>Line ads</i>	58
4.4.4 <i>Website</i>	59
4.4.5 <i>Motion Graphic</i>	83
4.4.6 <i>Gimmick</i>	86

BAB V PENUTUP	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	5
Gambar 3.1	Logo JAAN (Jakarta Animal AID Network)	15
Gambar 3.2	Struktur Organisasi JAAN	15
Gambar 3.3	Logo GDSC (<i>Give Dog Second Chance</i>)	17
Gambar 3.4	Logo Pedigree	18
Gambar 3.5	Logo PDHI	19
Gambar 3.6	Logo Kampanye <i>Stop Buang Anjing</i>	36
Gambar 4.1	Tata Letak Desain Poster	46
Gambar 4.2	<i>Typeface</i>	47
Gambar 4.3	Warna	48
Gambar 4.4	<i>Timeline</i>	50
Gambar 4.5	Logo pada <i>background</i> terang	52
Gambar 4.6	Warna pada <i>background</i> terang	52
Gambar 4.7	Logo pada <i>background</i> gelap	52
Gambar 4.8	Warna pada <i>background</i> gelap	52
Gambar 4.9	Penjelasan Logo	53
Gambar 4.10	Poster <i>Awareness</i>	54
Gambar 4.11	Poster <i>Informing</i>	55
Gambar 4.12	Poster <i>Remiding</i>	56
Gambar 4.13	<i>Feed Instagram</i>	57
Gambar 4.14	<i>Facebook Page</i>	58
Gambar 4.15	<i>Line Ads</i>	59
Gambar 4.16	Tampilan laman utama pada <i>desktop</i>	61
Gambar 4.17	Tampilan laman utama pada <i>mobile</i>	62
Gambar 4.18	Laman <i>Advance Search</i> versi <i>desktop</i>	63
Gambar 4.19	Laman <i>Advance Search</i> versi <i>mobile</i>	64

Gambar 4.20 Laman Detail Anjing <i>Shelter</i> versi <i>desktop</i>	64
Gambar 4.21 Laman Detail Anjing <i>Shelter</i> versi <i>mobile</i>	65
Gambar 4.22 Laman Adopsi Aku versi <i>desktop</i>	66
Gambar 4.23 Laman Adopsi Aku versi <i>mobile</i>	66
Gambar 4.24 Laman Kampanye versi <i>desktop</i>	67
Gambar 4.25 Laman Kampanye versi <i>mobile</i>	68
Gambar 4.26 Laman Cerita Kita versi <i>desktop</i>	68
Gambar 4.27 Laman Cerita Kita versi <i>mobile</i>	69
Gambar 4.28 Laman Kenali Anjingmu versi <i>desktop</i>	70
Gambar 4.29 Laman Kenali Anjingmu versi <i>mobile</i>	71
Gambar 4.30 Laman Detail Ras Anjing versi <i>desktop</i>	72
Gambar 4.31 Laman Detail Ras Anjing versi <i>mobile</i>	73
Gambar 4.32 Cerita Anjingku & Detailnya versi <i>desktop</i>	74
Gambar 4.33 Cerita Anjingku & Detailnya versi <i>mobile</i>	75
Gambar 4.34 Artikel & Detailnya versi <i>desktop</i>	76
Gambar 4.35 Artikel & Detailnya versi <i>mobile</i>	77
Gambar 4.36 Tentang Kami versi <i>desktop</i>	78
Gambar 4.37 Tentang Kami versi <i>mobile</i>	79
Gambar 4.38 Donasi versi <i>desktop</i>	79
Gambar 4.39 Donasi versi <i>mobile</i>	80
Gambar 4.40 <i>Shelter</i> versi <i>desktop</i>	81
Gambar 4.41 <i>Shelter</i> versi <i>mobile</i>	81
Gambar 4.42 Formulir Adopsi versi <i>desktop</i>	82
Gambar 4.43 Formulir Adopsi versi <i>mobile</i>	83
Gambar 4.44 <i>Storyboard Motion Graphic</i>	85
Gambar 4.45 Stiker	86
Gambar 4.46 <i>Dog food</i>	86

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Pertanyaan 1	26
Diagram 3.2	Pertanyaan 2	26
Diagram 3.3	Pertanyaan 3	27
Diagram 3.4	Pertanyaan 4	27
Diagram 3.5	Pertanyaan 5	28
Diagram 3.6	Pertanyaan 6	29
Diagram 3.7	Pertanyaan 7	29
Diagram 3.8	Pertanyaan 8	30
Diagram 3.9	Pertanyaan 9	30
Diagram 3.10	Pertanyaan 10	31
Diagram 3.11	Pertanyaan 11	31
Diagram 3.12	Pertanyaan 12	32
Diagram 3.13	Pertanyaan 13	32
Diagram 3.14	Pertanyaan 14	33
Diagram 3.15	Pertanyaan 15	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa	91
Lampiran B	Ucapan Terima Kasih	100

