

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	3
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Masalah.....	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. PEMBAHASAN PUSAT REHABILITASI PRIMATA JAWA THE ASPINALL FOUNDATION CIWIDEY KABUPATEN BANDUNG.....	6
II.1 Landasan Teori.....	6
II.1.1 Kawasan Yang Dilindungi.....	7
II.1.2 Suaka Margasatwa.....	8
II.1.3 Pusat Rehabilitasi Primata Jawa The Aspinall Foundation Ciwidey....	9
II.1.4 Lutung Bedung/ Lutung Jawa (<i>Trachypithecus Auratus</i>).....	10
II.1.5 Owa Jawa (<i>Hylobates moloch</i>).....	10
II.1.6 Surili (<i>Presbytis comata</i>).....	11

II.2 Objek Perancangan.....	11
II.2.1 Latar Belakang Pusat Rehabilitasi Primata Jawa The Aspinall Foundation.....	13
II.2.2 Tujuan.....	13
II.2.3 Fasilitas.....	13
II.2.3.1 Kandang Satwa.....	14
II.2.3.2 Area Karantina.....	14
II.2.3.3 Ruang Penyimpanan Makanan.....	15
II.2.3.4 Klinik Satwa.....	15
II.2.3.5 Fasilitas Lain.....	15
II.2.4 Aturan dan Cara Berkunjung.....	16
II.3 Wawancara.....	18
II.3.1 Persepsi Pengunjung.....	20
II.4 Analisis Masalah.....	20
II.4.1 Analisis 5W+1H.....	22
II.4.2 Observasi Lapangan.....	30
II.5 Resume.....	31
II.6 Solusi Perancangan.....	
 BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	32
III.1 Khalayak Sasaran.....	32
III.1.2 Geografis.....	33
III.1.3 Psikografis.....	33
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	33
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	34
III.2 Strategi Perancangan.....	36
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	36
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	37
III.2.3 <i>Mandatory</i>	39
III.2.4 Materi Pesan.....	40
III.2.5 Gaya Bahasa.....	40
III.2.6 Strategi Kreatif.....	41

III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	41
III.2.6.2 Gagasan Visual.....	41
III.2.7 Strategi Media.....	42
III.2.7.1 Media Utama.....	42
III.2.7.2 Media Pendukung.....	43
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	45
III.3 Konsep Visual.....	46
III.3.1 Format Desain.....	48
III.3.2 <i>Layout</i>	49
III.3.3 Ilustrasi.....	51
III.3.4 Tipografi.....	54
III.3.5 Warna.....	55
 BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI.....	 57
IV.1 Teknik Produksi.....	57
IV.1.1 Pra Produksi.....	57
IV.1.2 Produksi.....	58
IV.1.3 Pasca Produksi.....	59
IV.2 Teknis Media Utama.....	59
IV.3 Teknis Media Pendukung.....	63
IV.4 Penempatan di Lokasi.....	62
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	 69
V.1 Kesimpulan.....	72
V.2 Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA.....	 73
LAMPIRAN.....	75
RIWAYAT HIDUP.....	85