

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	3
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan Dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancang.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA & OPINI MASYARAKAT	6
II.1.1 Kelompok Hewan-Hewan	6
II.1.2. Pengertian Konservasi	7
II.1.3 Status Konservasi IUCN	7
II.1.4 Status Perdagangan satwa CITES.....	9
II.1.5 Konservasi melalui hukum Republik Indonesia.....	10
II.2.1 Kelompok Hewan Kucing Besar	12
II.2.2 Profil Macan Tutul Jawa.....	14
II.2.3 Nama Panggilan Macan Tutul	14
II.2.4 Deskripsi Fisik	14
II.2.5 Klasifikasi Macan Tutul Jawa	15
II.2.6 Jenis Macan Tutul.....	15

II.2.7 Penyebaran Dan Habitat Macan Tutul Jawa.....	18
II.2.8 Habitat Macan Tutul Jawa.....	19
II.2.9 Perilaku Macan Tutul Jawa	20
II.2.10 Makanan dan Mangsa	21
II.2.11 Fungsi Macan Tutul Jawa untuk Ekosistem Hutan	22
II.2.12 Populasi Macan Tutul Jawa Di Jawa Barat	23
II.2.13 Ancaman Terhadap Populasi Macan Tutul Jawa	23
II.3.1 Pendapat Masyarakat Saat ini terhadap Macan Tutul Jawa	25
II. 3.2 Pendapat Ahli	27
II.4. Resume	28
II.5. Solusi Perancangan.....	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	29
III.1 Khalayak Sasaran	29
III.1.1 Demografis.....	29
III.1.2.Geografis	29
III.1.3 Psikografis	30
III.1.4 Consumer Journey	30
III.1.5 Consumer Insight	32
III.2. Strategi Perancangan	32
III.2.1 Tujuan Komunikasi	33
III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Verbal.....	34
III.2.2 2 Pendekatan Komunikasi Visual	34
III.2.3 Mandatory	35
III.2.3.1 Logo Kampanye	35
III.2.3.1 Logo Kampanye	35
III.2.4 Materi Pesan.....	35
III.2.5 Gaya Bahasa.....	36
III.2.6 Strategi Keratif	36
III.2.7 Copywriting.....	37
III.2.7.2 Visualisasi	37
III.2.8 Strategi Media	37

III.2.8.1 Media Utama.....	37
III.2.8.2 Media Pendukung.....	38
III.2.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran.....	43
III.3.1 Format Desain	48
III.3.2 Tata Letak.....	45
III.3.3 Tipografi.....	45
III.3.4 Ilustrasi	47
III.3.5 Warna	51
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	52
IV.1.1. Tahap Pra-Produksi.....	52
IV.1.2. Tahap Produksi	53
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi	57
IV.2. Media Utama.....	58
IV.3. Media Pendukung	62
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
V.1. Kesimpulan.....	70
V.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74