DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PENYERAHAN HAK EKSKLUSIF ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 2
1.3 Rumusan Masalah 3
1.4 Batasan Masalah 4
1.5 Tujuan Perancangan 4
BAB II KAMPANYE ANTI PERDAGANGAN ILEGAL SATWA LIAR
2.1 Definisi Kampanye 5
2.1.1 Jenis Kampanye 5
2.1.2 Tujuan Kampanye 8
2.1.3 Manfaat Kampanye 8
2.2 Pengertian Satwa dan Satwa Liar 8
2.2.1 Satwa Liar Yang Dilindungi 10
2.3 Perdagangan Satwa Liar 10
2.3.1 Perdagangan Ilegal Satwa Liar 13
2.3.2 Pembagian Satwa Liar 15
2.4 Bentuk-Bentuk Perdagangan Satwa Liar 17
2.4.1 Perdagangan Satwa Liar Yang Masih Hidup 17
2.4.2 Perdagangan Satwa Liar Yang Sudah Mati 19
2.5 Perdagangan Ilegal Satwa Liar Kukang 20

2.5.1 Perdagangan Ilegal Kukang di Kota Bandung 23
2.6 Kesimpulan dan Solusi 24
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
3.1 Strategi Perancangan 25
3.1.1 Pendekatan Komunikasi 25
3.1.1 Pendekatan Visual 26
3.1.2 Pendekatan Verbal 26
3.1.3 Gagasan Visual 26
3.1.2 Target Audien 27
3.1.3 Strategi Kreatif 29
3.1.4 Strategi Media 30
3.1.5 Strategi Distribusi 33
3.2 Konsep Visual 34
3.2.1 Format Desain 34
3.2.2 Tata Letak 34
3.2.3 Tipografi 35
3.2.4 Ilustrasi 36
3.2.5 Warna 39
BAB IV TEKNIK PRODUKSI MEDIA
4.1 Pra Produksi 41
4.2 Teknik Produksi 42
4.2.1 Media Utama 42
4.2.2 Media Pendukung 43
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN