

## **Perancangan ILM untuk menyadarkan masyarakat agar tidak memelihara Orangutan**

**PUTRI SARI NASTITI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114200900621@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Tujuan dan alasan perancangan iklan layanan masyarakat untuk menyadarkan masyarakat agar tidak memelihara Orangutan ini adalah untuk Menumbuhkan kesadaran masyarakat agar tidak menjadikan Orangutan sebagai binatang peliharaan. Dimana satwa langka asli Indonesia ini sudah terancam punah, apabila tidak ditangani secara maksimal. Dalam hal ini COP (Centre for Orangutan Protection) bertujuan menghimbau masyarakat agar sadar dan tahu bagaimana mencintai Orangutan dengan cara yang benar dengan peduli dan menjaga kelestariannya. Bukan dengan membeli dan memelihara Orangutan di rumah. Metode yang digunakan adalah dengan berkampanye, menggunakan media kampanye yang tepat dan edukatif yang dapat menyadarkan masyarakat. Media kampanye yang murah dan mudah dijumpai masyarakat seperti poster, spanduk, brosur, leaflet, iklan koran, dan sebagainya. Kampanye ini berusaha menyadarkan masyarakat melalui media-media tersebut diharapkan kampanye bisa diterima masyarakat dan tersampaikan pesannya. Kampanye ini juga menyediakan merchandise Orangutan. Dengan pemilihan media edukatif ini, diharapkan dapat menjangkau semua audience sehingga tujuan utama perancangan dapat tercapai. Perancangan iklan layanan masyarakat ini dibuat berdasarkan hasil metode analisa yang digunakan yaitu framing yang menghasilkan statement pokok periklanan berhentilah memelihara Orangutan karena hidup mereka bergantung pada habitat asalnya dan tidak cocok dengan lingkungan hidup kita. Untuk itu kita tidak boleh memelihara Orangutan meski merasa kasihan dan berusaha menyelamatkannya.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Kampanye, Penysadaran, Orangutan, COP

**public service advertising to grow the awareness of people to not  
keep the Orangutans**

**PUTRI SARI NASTITI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu  
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114200900621@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

The purpose and reason for the design of public service advertisements to arouse people to not keep this Orangutan, is to grow community awareness so as not to make Orangutans as pets and designing educational public service announcements that can be demonstrated to the public to not make Orangutans as pets. Where endangered native Indonesia is already endangered, if not handled optimally. In this case, the COP (the Centre for Orangutan Protection) aims to encourage the community to be aware and know how to love the Orangutans the right way with care and keep the preserve. The method used is by campaigning, using media campaigns and educational actions that can be demonstrated to the public. Media campaigns that are inexpensive and easily found the community such as posters, banners, brochures, leaflets, newspaper advertising, and so on. The campaign is trying to arouse the society through media-media campaign was expected to be accepted in society and carried his message. The campaign also provides merchandising Orangutans. With this educational media, elections are expected to be able to reach all of the main objectives of the design so that the audience can be reached. The design of this public service announcement was made based on the results of the analysis method used is generating, framing statement advertising staple stop keeping Orangutans because their life depends on the original habitat and did not fit in with our environment. For that we should not keep the Orangutan even feel sorry and try to save him.

**Keyword** : Public Service Advertisements, Campaigns, Awareness, Orangutans, Centre for Orangutan Protection