

**PERANCANGAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*  
GERAKAN PENYU'IMBANG ALAM WILAYAH PANTAI DI  
YOGYAKARTA**



oleh  
**Adlinda Firdienta**  
**1112 164 024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2016**

**PERANCANGAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*  
GERAKAN PENYU'IMBANG ALAM WILAYAH PANTAI DI  
YOGYAKARTA**



**PENCIPTAAN**

oleh

**Adlinda Firdienta**

**1112 164 024**

**TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA S-1 DALAM BIDANG  
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**2016**

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**PERANCANGAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* GERAKAN PENYU'IMBANG ALAM WILAYAH PANTAI DI YOGYAKARTA** oleh Adlinda Firdienta, NIM 1112164024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain, Institut Seni Indoneisa Yogyakarta, ini telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada 12 Januari 2016.

Pembimbing I/Anggota

Dr. Sumbo Tiarbuko, M.Sn  
NIP. 19660404 19203 1 002

Pembimbing II/Anggota

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.  
NIP. 19650522 19203 1 003

Cognate Anggota

Dr. Wibowo, M.Sn  
NIP. 19570202 198703 1 002

Ketua Program Studi DKV/Anggota

Dekan Fakultas Seni Rupa

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.  
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des  
NIP. 19590802 198803 2 002

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.  
NIP. 19650522 19203 1 003

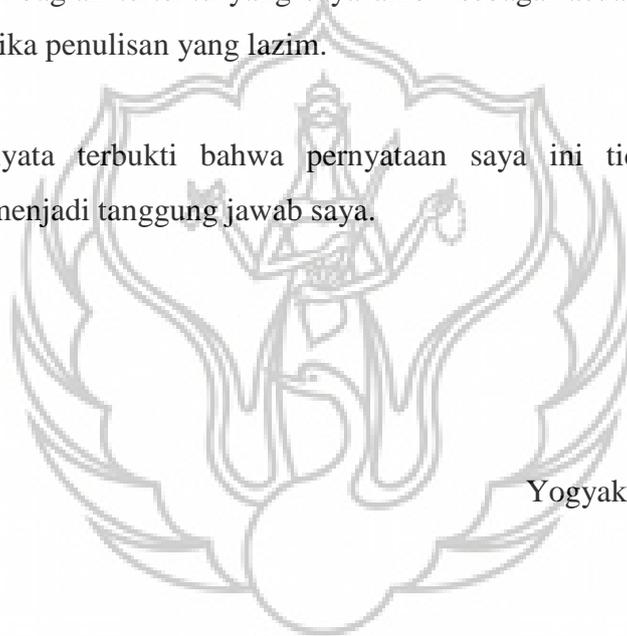
## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adlinda Firdienta  
NIM : 1112164024  
Jurusan : Desain, Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, penelitian ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti kaidah dan etika penulisan yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, hal itu sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

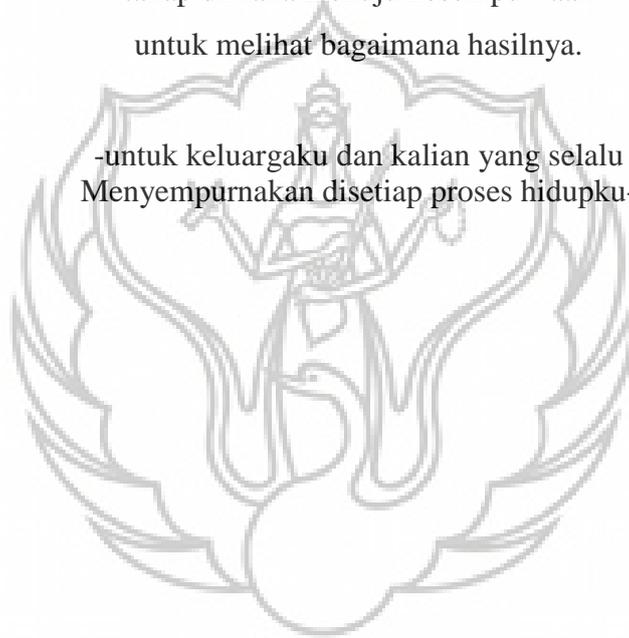


Yogyakarta, Januari 2016

Adlinda Firdienta

Untuk memulainya membutuhkan waktu dan membangun semangat. Proses adalah tahap dimana menuju kesempurnaan untuk melihat bagaimana hasilnya.

-untuk keluargaku dan kalian yang selalu Menyempurnakan disetiap proses hidupku-



## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih yang saya ucapkan kepada Allah SWT atas segala hal yang telah di berikan-Nya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Pengerjaan tugas akhir yang berjudul Perancangan *Integrated Marketing Communication* Gerakan Penyu'imbang Alam Wilayah Pantai di Yogyakarta ini memiliki banyak kendala yang dihadapi seperti teori dasar yang harus dikembangkan serta objek yang hanya dapat ditemukan saat musimnya saja, namun semua itu menjadi pelajaran dan pengalaman berharga dalam perancangan ini yang bisa dimanfaatkan di kemudian hari. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaan tugas akhir ini, baik secara nyata maupun tidak.

Pada kesempatan ini, ucapan terimakasih ingin saya sampaikan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridha dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan ini.
2. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Suastiwi, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Dr. Sumbo Tinarbuko, M.Sn, selaku Pembimbing I yang sudah banyak memberikan diskusi, masukan, kritik dan arahan dalam mengembangkan perancangan ini serta mengoreksi berbagai kesalahan sehingga Tugas Akhir Perancangan ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn, selaku Pembimbing II yang memberikan arahan dan masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir Perancangan ini.

8. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn, selaku Penguji Ahli yang sudah memberikan saran dalam menyempurnakan penyusunan Tugas Akhir Perancangan ini.
9. FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn, selaku dosen wali yang selalu mengikuti perkembangan mahasiswanya semasa perkuliahan.
10. Seluruh staf pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
11. Keluarga saya, Ir. Sugiono, M.Pd papah yang selalu memberikan berbagai dukungan dan motivasi serta yang selalu memberikan tantangan dari saya kecil hingga saat ini, Sumanah mamah yang selalu ada untuk mendampingi saya dimanapun dan kapanpun. Serta adik-adik saya Mantik Sari Z G, M. Firman Faathir G dan M. Hasab Musyaffa G yang menjadi motivasi saya. Mereka adalah motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan program S1.
12. Untuk Triambogo Andika G yang telah memperkenalkan saya mengenai objek dan yang mendukung dan mendampingi hingga saat ini, Diah Mayangsari yang selalu ada disetiap hari suka maupun duka dari awal masuk kuliah hingga saat ini, Sai'dah Fitriah, S.Sn dan Qory Zakia, S.Sn yang selalu menemani saya dalam proses dan memberikan berbagai bantuan dan dukungannya.
13. Untuk temen-temenku yang kece Hendri, Habibi, Rama, Pamega, Iwan, Lanna, Hendrik, Belva, Hasbi, Avira, Angel yang siap membantu saya dalam proses karya hingga display dan menjadi teman *sharing* yang baik hingga saat ini.
14. Untuk teman-teman relawan banyu Riska, Yhanu, Luthfi, Ferri, Erwin, Erick, Tholo, Angga, Mochi, Nilla, Vero yang sudah membantu saya dalam proses riset lapangan, dokumentasi maupun display. Serta ngeizinkan saya mempelajari permasalahan hingga membantu proses perancangan ini.
15. Dwi Wulandari, jurnalis dari Mix Marketing Communication yang membantu memberikan pencerahan mengenai IMC dan memperkenalkan imc versi Indonesia dari Dwi Sapta.
16. Bapak Subagyo, Bapak Timan serta keluarga Pantai Goa Cemara, Bapak Sarwidi dan keluarga, Bapak Dasuki yang sangat membantu dalam memperkenalkan objek penyus dikedua konservasi yaitu konservasi Goa

Cemara dan Konservasi pantai Pelangi, serta memberikan sarana dalam melakukan kegiatan Konservasi saat proses perancangan saya. Peran lembaga pemerintahan BKSDA (Balai Konservasi Sumber Daya Alam), Dinas Kelautan Perikanan, Dinas Pariwisata dalam kegiatan Relawan Banyu dan juga Konservasi sehingga saya dapat melihat permasalahan dalam perancangan ini.

Terimakasih semuanya, kepada pihak yang tidak bisa disebutkan namanya, mohon maaf yang sebesar-besarnya, hanya Tuhan yang bisa membalasnya.

Penulis

Adlinda Firdienta



## DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iiiv
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Perancangan .....	7
D. Batasan Lingkup Perancangan .....	7
E. Manfaat Perancangan .....	8
F. Definisi Operasional.....	10
G. Metode Perancangan .....	11
H. Metode Analisa Data.....	12
I. Konsep Perancangan .....	14
J. Sistematika Prosedur Perancangan .....	15

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISI DATA.....	16
A. Tinjauan Literatur tentang Integrated Marketing Communication .....	16
B. Tinjauan Literatur tentang Desain Komunikasi Visual.....	44
C. Tinjauan Literatur Konservasi Penyu.....	59
D. Data Empiris tentang problematika yang dihadapi perancang.....	73
E. Data tentang Upaya Pemecahan Masalah yang dihadapi perancang .....	77
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	89
A. Konsep Kreatif .....	89
B. Konsep Media .....	103
BAB IV VISUALISASI.....	117
A. Data Visual.....	117
B. Studi Visual.....	118
BAB V PENUTUP.....	146
A. Kesimpulan .....	146
B. Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA .....	149
LAMPIRAN.....	154

## DAFTAR TABEL

Tabel 01.Jadwal Media .....	116
-----------------------------	-----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 01.Skematik Perancangan .....	15
Gambar 02.Dwi Sapta IMC Model .....	30
Gambar 03.Fosil Penyu Berusia 120 Juta Tahun ditemukan di Kolombia .....	60
Gambar 04.Monev Agung Budiantoro Bersama Pak Bagyo Dalam Menangani Induk Penyu yang Terjaring Nelayan .....	64
Gambar 05.Jenis-jenis Penyu di Dunia .....	65
Gambar 06.Penetasan Tukik di Sarang Semi Alami.....	68
Gambar 07.Tempat Pembesaran Tukik di Konservasi Penyu Pantai Pelangi.....	68
Gambar 08.Pemberian Tagging pada Induk Penyu.....	69
Gambar 09.Penanaman Pohon disekitar Area Konservasi.....	69
Gambar 10.Sarang Penyu Semi Alami .....	71
Gambar 11.Tukik Mati Karena Penyakit.....	72
Gambar 12.Pelepasan Tukik di Pantai Pelangi .....	73
Gambar 13.Layout Swiss Style.....	96
Gambar 14.Layout Swiss Style.....	98
Gambar 15.Sketsa .....	118
Gambar 16.Warna .....	120
Gambar 17.Jenis-jenis Penyu di Perairan Indonesia .....	121
Gambar 18.Penyu Jantan dan Penyu Betina .....	122
Gambar 19.Proses Penetasan Telur Penyu.....	122
Gambar 20.Sketsa Media Mapping.....	123
Gambar 21.Logo Relawan Banyu .....	123
Gambar 22.Identitas Creaction.....	125
Gambar 23.Sketsa layout photo essay.....	125
Gambar 24.Konten photo essay .....	127

Gambar 25.Mock up photo essay.....	127
Gambar 26.Mock up photo essay.....	128
Gambar 27.Sketsa layout infografis.....	128
Gambar 28.Konten infografis.....	129
Gambar 29.Final infografis.....	130
Gambar 30.Sketsa Layout Buku Cerita.....	131
Gambar 31.Mock Up Cover Buku Cerita.....	132
Gambar 32.Mock up Buku Cerita.....	132
Gambar 33.Sketsa Kaos.....	133
Gambar 34.Tshirt.....	134
Gambar 35.Sketsa Layout Katalog.....	134
Gambar 36.Katalog.....	135
Gambar 37.Storyboard Bumper.....	137
Gambar 38.Storyboad Konten Video.....	137
Gambar 39.Capture Video.....	138
Gambar 40.Capture Konten Video.....	138
Gambar 41.Sketsa Layout Website.....	139
Gambar 42.Website.....	140
Gambar 43.Sketsa Pola Boneka Tangan.....	141
Gambar 44.Alat dan Bahan Boneka Tangan.....	141
Gambar 45.Penjahitan.....	142
Gambar 46.Boneka Penyu.....	142
Gambar 47.Sketsa 3D infografis.....	143
Gambar 48.Alat dan Bahan.....	143
Gambar 49.Proses Pembuatan.....	144
Gambar 50.3D Infografis.....	145

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01.Katalog.....	154
Lampiran 02.Poster Pameran .....	155
Lampiran 03.Strategi IMC non profit .....	156
Lampiran 04.Proses Display .....	156
Lampiran 05.Display Perancangan dari Samping.....	157
Lampiran 06.Display Tampak Depan .....	157
Lampiran 07.Perancangan <i>Integrated Marketing Communication</i> non profit..	157



## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* GERAKAN PENYU'IMBANG ALAM WILAYAH PANTAI DI YOGYAKARTA**

**Adlinda Firdienta**

**1112164024**

Penyu adalah salah satu satwa yang terancam kepunahan, kini penyu populasinya semakin turun didunia. Jika penyu punah maka tidak ada keseimbangan ekosistem dilaut maupun di darat. Terancam punahnya penyu membuat organisasi tanpa pemerintah Relawan Banyu bergerak untuk membantu melestarikan ekosistem penyu dengan cara mendampingi Konservasi Penyu yang berada di Pantai Goa Cemara dan Pantai Pelangi dalam menangani Konservasi.

Komunikasi pemasaran terpadu merupakan strategi pemasaran yang menghubungkan antara pesan dengan media. Strategi ini digunakan sebagai keefektifan berlangsungnya suatu kegiatan pemasaran. Sedangkan komunikasi pemasaran terpadu non profit merupakan persamaan dari komunikasi pemasaran terpadu pada umumnya namun digunakan sebagai kegiatan sosial dan pergerakannya atau pemasarannya tidak menggunakan biaya banyak. Dalam menentukan media yang digunakan komunikasi pemasaran terpadu dengan menggunakan kesadaran merek dan juga aktivasi merek.

Dalam pergerakan sosialpun memerlukan strategi yang dapat membantu pemasaran gerakannya dalam mengkampanyekan objek yang diangkat sehingga dapat dijalani terstruktur dan baik. Kegiatan sosial dengan strategi komunikasi terpadu dibutuhkan juga desain komunikasi visual dalam membangun media yang digunakan dalam memasarkan objeknya.

**Kata Kunci**

Penyu, Gerakan Pelestarian, Relawan Banyu, Pemasaran Komunikasi Terpadu

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dari pengakuan beberapa pengelola konservasi penyu di pesisir Bantul, Yogyakarta, dulu sekitar tahun 70an dan 80an banyak penduduk lokal yang memburu penyu untuk dijual ataupun dikonsumsi sendiri. Disepanjang pantai Parangtritis sampai pantai Depok dahulu sangat banyak penyu yang mendarat serta di sepanjang pantai Samas hingga pantai Baru pun juga terdapat banyak penyu. Pemburuan penyu dilakukan atas dasar faktor ekonomi. Ketika itu mereka menemukan ada penyu yang mendarat langsung dihampirinya lalu tubuh penyupun dibalikkan hingga mempermudah untuk dibawanya.

Ketika masa itu penyu adalah salah satu menu santapan yang sering diburu. Untuk satu penyu dagingnya dapat dimakan hingga dua hari dan dibagikan ke beberapa rumah. Daging penyu sendiri lebih sering dimasak tongseng, mungkin ketika dimasak tongseng rasa amisnya sedikit berkurang. Menurut pengakuan beberapa orang yang pernah mengkonsumsinya, daging penyu itu enak. Cangkangnya tidak langsung dibuang tetapi ada harga ekonomi didalamnya dengan cara dibuatkan kerajinan.

Pemburuan tidak hanya meliputi penyu saja melainkan pencarian sarang telur penyu untuk dikonsumsi atau dijual kembali. Saat itu beredar bahwa telur penyu adalah salah satu obat kuat, namun saat diteliti kandungan telur penyu lebih banyak mengandung penyebab penyakit didalamnya untuk manusia jika dikonsumsi. Menurut pengakuan yang pernah mengonsumsi telur penyu, kalau telur penyu itu amis dan lebih sering direbus untuk dikonsumsi. Karena sifat cangkang telur penyu yang lunak sehingga lebih sering telur direbusnya.

Tiap tahunnya jumlah penyu menurun bahkan hampir satu bulan itu tidak adanya pendaratan penyu dipantai-pantai selatan. Seorang tokoh dari pantai samas memulainya di tahun 2000 untuk berinisiasat menetasakan telur penyu. Pria yang berprofesi sebagai nelayan ini yang juga mengonsumsi daging dan telur penyu sadar akan menurunnya jumlah penyu. Mbah Rujito atau yang

lebih dikenal Mbah Duwur adalah perintis pertama pelestari penyu dipantai selatan, beliau sadar ketika didatangi polisi kehutanan dari Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA). Dari sinilah mbah Rujito menjadi seorang tokoh pelestari penyu pertama dipantai selatan.

Ditahun 2010 seorang dari pantai sebelah samas yaitu dari pantai Goa Cemara, ada seorang bapak yang berprofesi sebagai nelayan dan juga pengonsumsi daging penyu serta telur penyu melihat potensi penyu mendaratpun makin tahun makin sedikit. Maka pada tahun 2010 itulah dibentuk kelompok nelayan yang bernama “Mino Raharjo” kelompok ini beranggotakan para nelayan setempat. Pak Subagyo atau yang sering dipanggil Pak Bagyo inilah orang yang pertama kali mencoba penetasan telur penyu di pantai Goa Cemara. Dengan mengikuti cara alam yang diperhatikannya bagaimana telur-telur itu tetap dapat menetas dengan baik disarangnya.

Setelah ada penetasan di pantai Goa Cemara, Dinas Kelautan dan Perikanan menghampiri Pak Bagyo untuk diarahkan untuk melestarikan dan diajak untuk studibanding ke sukabumi untuk melihat konservasi penyu disana. Mengamati cara pemeliharaan dan perawatan yang baik untuk tukik hingga tukik siap untuk dilepas liarkan kembali. Keadaan di pantai Goa Cemara mulailah mengerti keberadaan penyu, sehingga ketika ada penemuan sarang atau ada penyu yang terjaring langsung diberitahukan kepada kelompok. Pemberian makan untuk tukikpun secara sukarela diberikan oleh nelayan yang baru pulang melaut ataupun dari pedagang ikan yang ada dipantai tersebut.

Pada tahun 2012 di pantai Pelangi memulai penetasan telur penyu pertama oleh Pak Dasuki dan Pak Sarwidi atau lebih akrabnya dipanggil Pak Das dan Lik Min. Mereka adalah pengelola konservasi dipantai Pelangi. Dengan latar belakang yang berbeda tetapi mereka memiliki misi yang sama untuk melestarikan penyu. Pak Dasuki berlatar belakang Insinyur Pertanian dari Universitas Gajah Mada yang akhirnya memutuskan untuk hidup melindungi lingkungan dan juga mensejahterakan masyarakat pesisir, karena dulu sewaktu kecil beliau adalah salah satu saksi mata para pemburu penyu disekitar pantai Parangtritis dan pantai Depok. Berbeda dengan Lik Min, beliau adalah salah

satu seorang pemburu penyu dan penikmat daging penyu, telur penyu dulunya serta pengerajin cangkang penyu. Prinsip dari Lik Min untuk melestarikan penyu adalah ingin menebus dosa-dosanya dan orang-orang yang dulu penikmat penyu, ada rasa penyesalan didalam dirinya sehingga melakukannya untuk melestarikan penyu dengan hati. Mereka mengetahui sudah ada yang melakukan penetasan di pantai Samas yaitu Mbah Rujito, dengan mendengar informasi tersebut membuat mereka semakin yakin untuk menetas telur penyu. Dengan belajar langsung dari alam, sempat merasakan kegagalan untuk menetas karena tiba-tiba turun hujan sehingga telur yang didalam pasir tidak dapat menetas.

Dari pengakuan cerita dari beliau-beliau yang telah menjadi tokoh konservasi di pesisir Bantul, Yogyakarta. Kondisi dan juga situasinya hampirlah sama. Faktor ekonomi adalah salah satu masalah terbesar masalah itu, sehingga pemburuan-pemburuan yang tidak terkontrol mengakibatkan berkurangnya penyu mendarat. Bahkan di pantai Parangtritis pun sudah tidak ada sama sekali penyu yang mendarat saat ini, sehingga banyaknya populasi ubur-ubur dimusim tertentu di pantai Parangtritis dan juga pantai Depok.

Migrasi ubur-ubur juga salah satu pemicu penyu berpotensi mendarat. Ketika banyaknya penyu di pantai tersebut maka berkurangnya populasi ubur-ubur di pantai tersebut, setelah populasi ubur-ubur berkurang maka banyaknya anak-anak ikan yang terselamatkan dan dapat bertumbuh menjadi ikan dewasa. Selesai musimnya penyu biasanya nelayan lebih merasakan hasilnya, sekitaran akhir musim penyu nelayan akan mendapatkan ikan lebih banyak.

Dari ketiga pengelola konservasi tersebut masih kurang mengetahui manfaat sebenarnya akan keberadaan penyu di pesisir. Yang mereka percaya adalah bahwa ketika penyu nanti punah dan sudah tidak ada sama sekali bagaimana nantinya generasi selanjutnya mengetahui salah satu hewan purba tersebut pernah ada. Namun itu salah satu semangat mereka untuk melestarikan penyu dan lingkungan sekitarnya. Mereka mengetahui kapan penyu akan mendarat melalui tanda-tanda alam. Dari pengakuan beliau-beliau adalah dengan tanda dari alam berupa angin. Mungkin sudah terbiasa dengan

kondisinya sehingga mereka langsung mengetahuinya dengan baik kapan akan adanya penyu untuk mendarat.

Dengan latar belakang yang sama sebagai nelayanpun mereka mencoba mengajak nelayan setempat untuk juga melestarikan penyu disekitar pesisir mereka. Namun masih banyak kendala yang dimana mereka harus mengganti penemuan telur penyu untuk dikonservasikan. Berjalannya waktu dikeluarkannya undang-undang untuk melarang pemburuan penyu, karena penyu telah menjadi salah satu binatang yang hampir punah. Hingga saat ini konservasi berjalan dengan baik juga dan masih terus belajar untuk lebih baik melestarikan penyu.

Pernah ada suatu kejadian dimana ada penyu yang dibelah tubuhnya terdapat plastik didalamnya. Menandakan bahwa lautan sudah terpenuhi dengan plastik, cukup membahayakan untuk penyu sendiri karena penyu mengira bahwa plastik adalah pakannya dilautan yang serupa dengan ubur-ubur. Lautan butuh pertolongan, dimana sudah banyak permasalahan dilautan dari dahulu hingga saat ini.

Berbagai ancaman ternyata ada disekitar lingkungan penyu mendarat. Ketika didaratan penyu menghadapi predator hewan dan juga manusia yang sebagai pemburunya. Namun terancamnya penyu juga dilautan, seperti halnya terjatuh jaring nelayan setempat dan juga hewan-hewan laut yang memangsa penyu. Tidak hanya itu saja, sampah juga salah satu faktornya. Penyu pergi dengan mengikuti dimana makanannya berada, seringkali adanya tumpukan sampah yang akan dikiranya rumput laut ataupun plastik yang mengambang menyerupai ubur-uburpun akan dimakannya. Maka dari itu lautan juga membutuhkan pertolongan dengan suatu kesadaran dari manusia.

Dahulu lautan menyimpan kecantikannya dibawah laut sana. Gambaran lautan dari dulu tetaplah berwarna biru, tapi ketika saat ini warna laut memudar. Hanya tinggal beberapa saja yang masih indah seperti dahulu. Kecantikan bawah lautpun tak jauh dari para biota laut dan juga hewan-hewan laut lainnya yang tinggal dilautan lepas. Tidak hanya didaratan saja yang terdapat rantai makanan, tetapi dilautan juga terdapat rantai makanan yang saling menguntungkan.

Namun permasalahan alam yang ditimbulkan oleh manusia? Itu karena keserakahan dan tidak ada rasa bertanggungjawab, yang dimana seharusnya manusia dan alam saling memahami posisinya masing-masing. Ketika manusia mencoba membuat hal yang baru maka alam yang akan dirugikan. Tetapi tidak dengan alam, ketika alam menghasilkan sesuatu untuk manusia, manusia akan mengambilnya.

Seperti halnya suatu lahan pantai yang seharusnya bisa dinikmati secara cuma-cuma, tetapi manusia mencari lahan untuk dijadikannya pemasukan kehidupan sebagai kawasan wisata. Terkadang campur tangan dari pemerintah atau investor untuk pembangunan dikawasan wisata tidak mengindahkan kondisi di sekitar kawasan pantai. Berbagai pembangunan yang menguntungkan beberapa pihak hanya menjadikan kawasan wisata tidak seperti bentuk alaminya lagi. Pemanfaatan potensi yang digali terkadang hanya dapat menguntungkan beberapa pihak yang tidak terkait.

Berbagai aksi dan kampanye ditunjukkan untuk alam dan lingkungan banyak yang lebih spesifik seperti aksi peduli hewan, tumbuhan dan lainnya. Karena sudah banyak kelangkaan diberbagai jenis hewan maupun tumbuhan. Dengan gagasan, agar kelak dimasa depan manusia berikutnya dapat melihatnya langsung tidak hanya di gambar atau video yang pernah terekam.

Tapi terkadang kegiatan tersebut hanya berlaku sekali, karena untuk berkelanjutan harus ada dana yang mendukung kegiatan tersebut. Diperusahaan-perusahaan besar keuntungan dari penjualannya dapat mengalokasikan dananya ke berbagai kegiatan. Tetapi untuk komunitas kecil mereka harus mencari donatur untuk mendanai kegiatan mereka. Didunia ini memiliki dua sisi, manusia ada yang menyadari akan kehidupannya dimasa depan dengan nyaman atau manusia ada yang menyadari untuk mengolah kehidupan yang lain tanpa peduli adanya kehidupan dimasa depan. Dua karakter inilah yang dapat mengubah kondisi lingkungan.

Ketika manusia sibuk dengan kebutuhannya dan alam sibuk memberikan apa yang menjadi kebutuhan manusia disinilah adanya kesalahan tanpa pemahaman yang baik sehingga menimbulkan masalah dan keprihatinan yang tidak baik untuk alam ataupun lingkungan.

Dalam hal ini juga banyak makhluk lain yang dirugikan. Sama halnya dengan penyu saat ini, kehidupannya terancam dalam kepunahan karena ketamakkan manusia. Dari sinilah seharusnya dipertimbangkan untuk berwisataupun haruslah cerdas, atau pengelola wisataupun juga harus mempertimbangkan beberapa aspek ditempat tersebut. Adanya wahana *All Terrain Vehicle* (ATV) atau jejak kendaraan yang menjadi salah satu faktornya penyu tidak mendarat ditempat tersebut. Adanya wisatawan juga memang menjadi lahan duit namun tetapi harus mempertimbangkan kestabilan alam seperti hal kecilnya adalah sampah yang ada disekitaran pantai.

Jika abrasi adalah faktor alam yang sangat dikhawatirkan karena dapat mengurangi pendaratan penyu bertelur. Maka kurangilah wahana wisata yang juga nantinya akan mengurangi pendaratan penyu. Sifat penyu adalah menjelajah lautan luas, dan mencari makanannya dilautan maka dari itulah kita sebagai manusia harus lebih memahami. Penyu tidak hanya terancam karena manusia melainkan juga terancam secara alami. Kehidupan penyu dialam bebas mulai memperhatikan, dimana secara alami sudah banyak yang mengancam hidupnya kenapa manusia membuat ancaman lain untuk penyu. Adanya penyu dapat menyeimbangkan alam, karena keberadaannya dapat memberikan keuntungan yang sangat baik juga. Seperti hasil nelayan, edukasi bahkan ekowisatanya.

Dalam permasalahan seperti inilah harus ada pihak yang saling bersinergi untuk mengatasinya. Pengelola konservasi, lembaga pemerintahan yang terkait dan juga organisasi *non profit* yang membantu berjalannya konservasi dan menjembatani dengan lembaga. Maka dari itu dalam menangani permasalahan ini organisasi *non profit* sebagai gerakan dalam melestarikan penyu menggunakan *Integrated marketing communication* yang berdasarkan komersil dan dikombinasikan dengan *non profit* untuk menyampaikan permasalahan menjadi suatu pesan kepada publik.

Perancangan ini dengan dilatar belakangi Penyu sebagai objek serta melibatkan strategi *integrated marketing communication* dalam membantu gerakan penyu'imbang alam yang akan digunakan organisasi *non profit*. Sehingga perancangan desain komunikasi visual yang akan digunakan untuk

menangani masalah ini menggunakan strategi *integrated marketing communication*.

#### B. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat perancangan komunikasi visual untuk gerakan Penyu'imbang Alam dengan pendekatan *Integrated marketing communication* dan *Integrated marketing communication Non profit*?

#### C. Tujuan Perancangan

Suatu gerakan penyu'imbang alam adalah gerakan yang dilakukan suatu komunitas untuk menyelamatkan keberadaan penyu dengan skala lokal. Konservasi penyu yang dahulunya adalah tempat penampungan ikan juga menampung tangkapan penyu. Maka dari itu komunitas atau organisasi yang melestarikan penyu di Jogja juga membantu pendampingan secara langsung di konservasi penyu.

Dalam gerakan penyu'imbang alam dibutuhkan suatu aksi lainnya untuk menginformasikan yang penting kepada publik atau wisata yang datang ke kawasan yang terdapat keberadaan penyu disana. Tujuan dari perancangan yang mengadopsi strategi *integrated marketing communication* sebagai dasarnya yang digunakan oleh organisasi *non profit* akan menjadi alat komunikasi yang digunakan dalam pergerakan penyu'imbang alam sehingga perlu pengkombinasian dengan strategi *integrated marketing communication non profit*.

Untuk memecahkan permasalahan di organisasi dalam pergerakan penyu'imbang alam dibutuhkan suatu strategi dalam menjalani pendampingan konservasi dan juga pelestarian penyu. Tidak berhenti disitu saja tetapi harus adanya *brand awareness* dan *brand activation* dalam *integrated marketing communication* yang dikombinasikan dengan *integrated marketing communication non profit*, karena nantinya akan digunakan didalam media serta mengetahui keefektifan alat komunikasi yang sudah dirancang ke masyarakat.

#### D. Batasan lingkup perancangan

Pendekatan yang digunakan adalah kombinasi antara *Integrated marketing communication* dan *Integrated marketing communication Non profit* untuk

membantu aksi Relawan Banyu sebagai *Non government organization* (NGO) dalam gerakan membangun konservasi penyu dikawasan pesisir Bantul, lebih tepatnya di pantai Goa Cemara dan pantai Pelangi, Yogyakarta.

## E. Manfaat Perancangan

### 1. Manfaat Teoretis

*Integrated marketing communication* kedepannya akan terus berkembang. Berkembangnya *integrated marketing communication* sebagai ilmu dan juga strategi yang nantinya dapat digunakan oleh desain komunikasi visual dengan strategi yang inovatif. Begitu juga dengan perancangan ini dengan pendekatan *integrated marketing communication* komersil dikembangkan menjadi *integrated marketing communication non profit* yang nantinya dapat dipergunakan organisasi *non profit* dalam menjalankan pergerakannya.

Perancangan ini untuk membantu Organisasi *non profit* atau *Non government organization* Relawan banyu dalam menemukan target utama dan juga publik untuk lebih *respect* lagi terhadap konservasi penyu dalam gerakan pelestarian penyu. dalam perancangan ini digunakan strategi *integrated marketing communication non profit* untuk mendapatkan massa dan profit. Dalam pergerakan penyu'imbang alam tentunya mempunyai misi utama yaitu untuk membantu konservasi penyu dan tentunya untuk melestarikan penyu karena beberapa alasan yang meliputi permasalahan penyu dan konservasi penyu di Yogyakarta yang sudah dijabarkan dalam latar belakang, dan dalam suatu gerakan ada yang menjadi prioritas utama yaitu target sasarannya.

Desain komunikasi visual perlu juga mempelajari *integrated marketing communication* untuk mengetahui karya yang dibuatnya sesuai dengan bidang tersebut atau tidak, serta mengetahui karya desain yang seperti apa yang sesuai dengan target audiencenya. Karena suatu perancangan akan dibuat sesuai fungsinya dan strategi *integrated marketing communication* akan terus berkembang dan juga membantu desainer untuk membuat suatu karya desain.

## 2. Manfaat *Practice*

### a. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk lebih kreatif dalam memecahkan permasalahan. Jika ingin merespon permasalahan sosial, langsung saja melihat kondisinya langsung untuk mengetahui kebutuhan seperti apa yang dibutuhkan yang bisa dilakukan sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual.

Lebih memperluas lagi dari sebuah ide menjadi sebuah visual dari sebuah visual menjadi ada nyawanya didalamnya. Bagaimana sebuah nyawa dalam suatu karya dapat dimanfaatkan? Dengan melihat kondisi sosial dan lingkungan yang seperti apa, lalu dibuatlah pendekatan yang dapat menyatukan antara karya desain sebagai salah satu pemecahan masalah tersebut.

Sudah saatnya menjadi calon *designer* yang kritis terhadap permasalahan sosial dan lingkungan dengan mengujikan rancangan visualnya sebagai pemecahan masalah yang baik dan dapat digunakan langsung.

### b. Bagi Institusi

Manfaat perancangan bagi institusi sendiri untuk menunjukkan hasil dari proses sebuah project sosial dan lingkungan itu sendiri. Bagi institusi kampus Institut Seni Indonesia Yogyakarta, rancangan ini dapat dikembangkan lagi dalam Desain Komunikasi Visual. Tidak hanya mengenal masalah, visual dan juga medianya saja tetapi biarkan calon *designer* dapat mengembangkan pendekatan-pendekatan yang dipilih agar visual dan media yang dibuat serta yang dipilih cocok dengan permasalahan yang dialami untuk digunakan.

Untuk institusi perusahaan swasta maupun pemerintah, perancangan ini digunakan sebagai alat yang digunakan organisasi *non profit* menyampaikan informasi nyata kedepan khalayak. Diharapkan ini menjadi suatu bentuk alat komunikasi yang baik pula bagi intitusi agar membantu pergerakan penyus'imbang alam ini berjalan lebih baik

kedepannya. Dengan rancangan ini juga diharapkan dapat menemukan *philanthropy* atau calon donatur dalam membantu pergerakan sosial dan lingkungan penyumbang alam.

c. Bagi Organisasi

Rancangan ini menggunakan pendekatan *Integrated marketing communication* yang dikombinasi langsung dengan konsep *non profit*. Organisasi dalam gerakan penyumbang alam adalah suatu *Non goverment organization* Relawan Banyu yang memiliki prinsip yang sama dengan perancangan ini mengenai penyus. Manfaat untuk organisasi adalah dapat membuat legalitas secara tidak langsung pada organisasi meskipun *non profit* agar gerakan dapat memberikan dampak yang lebih baik untuk sosial dan lingkungan.

d. Bagi Masyarakat

Nantinya rancangan yang telah dibuat akan dirasakan langsung oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Diharapkan agar dapat membantu peningkatan mutu lebih baik untuk menjaga lingkungan.

F. Definisi Operasional

*Integrated marketing communication non profit* dalam perancangan ini adalah bentuk strategi pemasaran yang dimana hanya menggunakan konsep bekerjasama atau bermitra dalam mengadakan kegiatan atau dengan sistem *philanthropys* atau donatur. Bentuk *Integrated marketing communication* kali ini dilihat dari sudut pandang para penggerak organisator independent, tetapi masih mengadopsi strategi *integrated marketing communication* komersil pada umumnya.

Penyu dipesisir selatan Yogyakarta dalam penurunan. Musim penyus tahun ini 2015 terdapat penurunan jauh terhadap tahun sebelumnya. Dan mulainya tersebar issue mengenai adanya tukik, wisatawan dan juga educator tertarik untuk mengetahuinya. Disinilah peran dari *Non goverment organization* untuk membantu konservasi untuk menjelaskan dan membuat kegiatan. Dengan harapan setiap yang melepas tukik dapat lebih memahami seberapa penting populasi penyus itu sendiri. Perancang akan membuat suatu strategi *Integrated*

*marketing communication non profit* untuk membantu *Non government organization* dalam mengembangkan konservasi, dengan menggunakan 2 media yaitu, media online dan juga media edukasi.

#### G. Metode Perancangan

##### 1. Data yang dibutuhkan (Data primer dan sekunder)

Data Primer yang dibutuhkan meliputi kondisi konservasi penyu di pesisir Bantul yaitu pantai Goa Cemara dan pantai Pelangi. Selain kondisi juga data secara geografis dan biologis pantai tempat mendaratnya penyu. Bagaimana penduduk sekitar dan kelompok yang mengelolah konservasi disana. Serta adanya peran kelompok lain untuk mendukung adanya konservasi disana.

Data Sekunder yang dibutuhkan pergerakan nyata dan juga ilmu-ilmu yang mendukung adanya gerakan pelestarian penyu di pesisir Bantul. Dengan menggunakan *Integrated marketing communication non profit* diharapkan dapat membantu gerakan berbagai *non government organization* (NGO) untuk tetap membantu para penduduk yang mengelola konservasi tersebut. Disiplin ilmu desain yang nantinya dapat digunakan untuk membantu proses pembuatan *Integrated marketing communication* dan memiliki peran besar untuk konservasi penyu kedepannya.

##### 2. Metode pengumpulan data

Untuk menjelaskan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, perancang menggunakan metode-metode yang sesuai dengan masalah tersebut, adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

###### a. Metode observasi

Dengan metode observasi perancang memperoleh data-data yang diamati secara langsung dan mendokumentasikan yang menjadi permasalahannya secara lengkap dan sistematis. Sehingga hasil observasi ini dapat digunakan dalam perancangan ini. Perancang langsung ke lapangan dan menjadi bagian dari *non government organization* (NGO), sehingga langsung bersentuhan dengan objek dan berbagai kegiatan didalamnya.

b. Wawancara

Dengan metode wawancara, perancang memperoleh langsung sumber informasi dan mengupas habis tentang semua kendala dan keluhan yang selama ini ada. Berinteraksi secara langsung oleh orang-orang yang berpengaruh didalam kegiatan ini.

c. Metode literatur

Dengan metode literatur berfungsi sebagai pedoman dan landasan teori data-data observasi dan wawancara yaitu dengan cara studi perpustakaan dan buku-buku yang ada kaitannya dengan hal yang dibahas serta menambahkan referensi literatur dari website.

d. Metode eksperimen

Melakukan pengujian terlebih dahulu dalam menerapkan *Integrated marketing communication non profit* untuk digunakan instansi kecil atau gerakan sosialnya. Menggunakan strategi *Integrated marketing communication* untuk diterapkan di kegiatan *Non government organization* Relawan Banyu.

3. Instrumen /alat pengumpulan data

Riset ke lapangan langsung, dengan menjadi bagian dari *Non government organization* yang bernama Relawan Banyu dengan membantu pengembangan di konservasi penyu yang terdapat di Pantai Goa Cemara dan Pantai Pelangi, Bantul, Yogyakarta. Dengan menjadi bagian di Relawan Banyu dapat mengikuti kondisi yang ada dilapangan langsung sehingga dapat berinteraksi langsung dengan objek dan berbagai bidang didalamnya yang berpengaruh dalam perkembangan konservasi penyu baik dengan pihak pemerintah, donatur serta warga sekitarnya. Sehingga dapat diketahui seberapa besar pentingnya *Integrated marketing communication* digunakan untuk mengatasi permasalahan dengan menggunakan ide-ide kreatif.

H. Metode Analisa Data

Perancang menggunakan penelitian tindakan karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan keterampilan baru, pendekatan baru dan pengetahuan baru untuk memecahkan masalah dengan menerapkan langsung

dilapangan secara nyata. Karena perancang langsung mengikuti rangkaian kegiatan bersama *Non government organization* sekaligus menerapkan *Integrated marketing communication non profit* didalamnya.

‘Cogito ergo sum’ Aritoteles memperkenalkan kalimat ini dengan maksud “saya berpikir karena itu saya ada” dasar dari pemikiran inilah yang menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan konstruktivisme. Karena analisis data ini berdasarkan Analisis Kontruksi Sosial (*Social Construction Analysis*). Konsep dari analisis kontruksi sosial ini meliputi: eksternalisasi yaitu penyesuaian dengan sosiokultural, internalisasi yaitu individu mengidentifikasi lembaga sosial yang dimana menjadi anggotanya dan objektivasi yaitu sebuah interaksisosial yang dimana intersubjektif yang dilembagakan.

Penganalisisan dengan kontruksi sosial dimana diketahui secara eksternalisasi Relawan Banyu sudah memiliki pendekatan yang baik terhadap masyarakat pesisir Bantul terutama di wilayah pantai Goa Cemara dan pantai Pelangi sehingga memudahkannya untuk membantu membangun pengelolaan konservasi penyu di kedua wilayah tersebut. Secara eksternal, Relawan Banyu sudah memiliki jaringan terhadap dinas pemerintahan agar gerakan konservasi untuk penyu legal karena yang diketahui saat ini penyu sudah memiliki undang-undang sendiri sebagai satwa yang terancam punah. Selain itu Relawan Banyu juga memiliki relasi yang baik terhadap organisasi dan juga instansi dalam membantu pergerakan dalam pembangunan konservasi penyu. Hingga beberapa kesempatan gerakan Relawan Banyu diliput beberapa media dan juga dipercaya sebagai pengisi materi yang bersangkutan mengenai Relawan Banyu sendiri dan juga konservasi penyu.

Selanjutnya adalah analisis internalisasi, tahun 2015 adalah tahun kedua Relawan Banyu lebih tepatnya dalam kegiatan Relawan Banyu memulainya pada tahun 2014. Permasalahannya adalah sumber daya manusia pada tahun awal tersebut mulai berkurang untuk melanjutkan aksinya di tahun 2015 dan di tahun ini Relawan Banyu membuka *open volunteer* untuk menambah sumber daya manusianya dalam menjalankan aksinya. Pada tahun ini terbukti Relawan Banyu lebih dibandingkan pada tahun sebelumnya, berbagai disiplin ilmu bergabung dengan ketertarikan yang sama untuk melestarikan penyu. Banyak

perkembangan ditahun ini termasuk dalam kegiatan dan beberapa goal didalamnya. Sudah direncanakan Relawan Banyu akan dilegalkan bukan lagi menjadi komunitas semata tetapi kendalanya adalah masing-masing anggota masih belum menyamakan mindset untuk membangun organisasi *non profit* ini. Perlahan dengan memperkenalkan *integrated marketing communication* sebagai pergerakan jangka panjang mulai dibangun didalam Relawan Banyu.

Relawan Banyu memang mendeklarasikan sebagai *non government organization* dan menjadi organisasi *independent*, tetapi Relawan Banyu tetap harus berkomunikasi dengan organisasi pemerintah yang bersangkutan. Karena dalam *integrated marketing communication* sendiri harus adanya komunikasi berbagai pihak. Itulah alasan menjadi *Non government organization* agar pergerakannya lebih luas dan luwes tidak dibawah oleh ikatan dinas apapun tetapi menyatukan semuanya dari berbagai elemen untuk bersatu dalam aksi pelestarian penyu.

Dengan metode-metode inilah perancang membuat rangkaian rancangan *Integrated marketing communication non profit*. Dengan terjun langsung kelapangan, melihat kondisi aslinya seperti apa dan memikirkan tindakan seperti apa yang baik untuk dilakukan untuk membangun konservasi dan lingkungannya menjadi lebih baik dengan menjadi salah satu anggota di *Non government organization* Relawan Banyu.

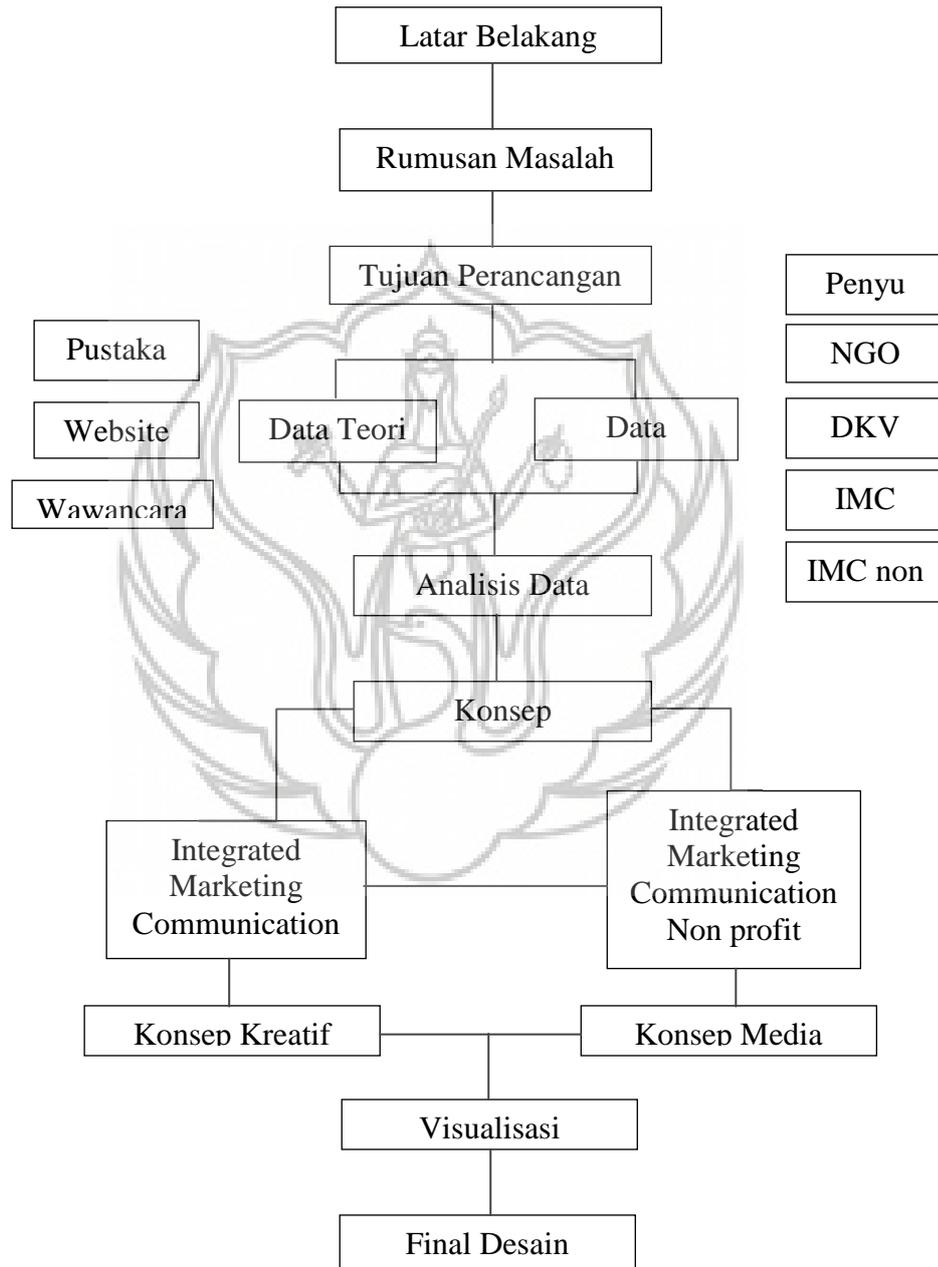
#### I. Konsep Perancangan

Melihat dari beberapa sudut pandang dan gerakan yang sudah ada untuk menjadi hal yang jarang dilakukan. Pada umumnya *Integrated marketing communication* digunakan untuk perusahaan besar untuk mengembangkan perusahaannya serta mempromosikan produknya dikhalayak luas, dengan menyasarkan dengan berbagai media berbayar yang akan menghabiskan dana banyak untuk mempromosikan diberbagai media dan juga untuk berbagai kegiatan untuk menarik masyarakat agar respect kepada produknya.

Namun *integrated marketing communication* kali ini digunakan untuk organisasi yang membantu kelayakan disuatu subjek dengan memfokuskan pada objeknya dengan latar belakang *non government organization*. Sedikitnya ada beberapa perubahan didalam *integrated marketing communication* tersebut

menjadi *non profit*, disini *non profit* bukan berarti tanpa keuntungan namun dalam artian tanpa mengeluarkan dana untuk menggerakkan beberapa kegiatan untuk mempromosikan yang nantinya profit yang didapatkan akan dikembalikan kepada yang bersangkutan, yaitu pihak pengelola konservasi.

J. Skematik Prosedur Perancangan



Gambar 01 .Skematik Perancangan  
(Sumber: Adlinda Firdienta)