

# **KAMPANYE MEDIA DIGITAL KESEJAHTERAAN HEWAN DOMESTIK PETSHOP AUA SURAKARTA**

## **LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Derajat Sarjana Strata-1 (S-1)  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa Dan Desain



Oleh  
**Fadhliir Rahman Nur Adli Eka Putra Priyatna**  
NIM 17151114

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**  
**INSTITUT SENI INDONESIA**  
**SURAKARTA**  
**2022**

# **KAMPANYE MEDIA DIGITAL KESEJAHTERAAN HEWAN DOMESTIK PETSHOP AUA SURAKARTA**

## **LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Derajat Sarjana Strata-1 (S-1)  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa Dan Desain



Oleh  
**Fadhliir Rahman Nur Adli Eka Putra Priyatna**  
NIM 17151114

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**  
**INSTITUT SENI INDONESIA**  
**SURAKARTA**  
2022

**PENGESAHAN**  
**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA**  
**KAMPANYE MEDIA DIGITAL KESEJAHTERAAN HEWAN**  
**DOMESTIK PESHOP AUA SURAKARTA**

oleh:

Fadhliir Rahman Nur Adli Eka Putra Priyatna  
NIM.17151114

Telah diuji dan dipertahankan Tim Penguji pada tanggal

Surakarta, 13 Juli 2022

Tim Penguji

Ketua Penguji	Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum
Penguji Bidan I	Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds
Pembimbing	Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn



Deskripsi karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Institut Seni Indonesia Surakarta.

Surakarta, 13 Juli 2022

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum  
NIP. 197705312005012002

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadhlir Rahman Nur Adli Eka Putra Priyatna

NIM : 17151114

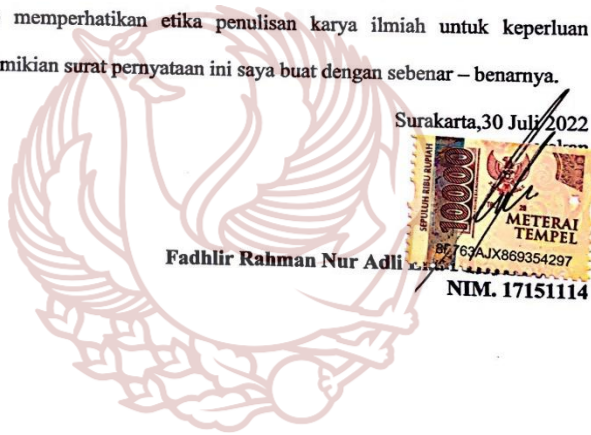
Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya yang berjudul “Kampanye Media Digital Kesejahteraan Hewan Petshop AUA Surakarta” Apabila di kemudiahari, terbukti sebagai jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, Saya juga menyetujui laporan Tugas Akhir Karya ini dipublikasikan secara daring dan cetak oleh Institut Seni Indonesia Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 30 Juli 2022

Fadhlir Rahman Nur Adli

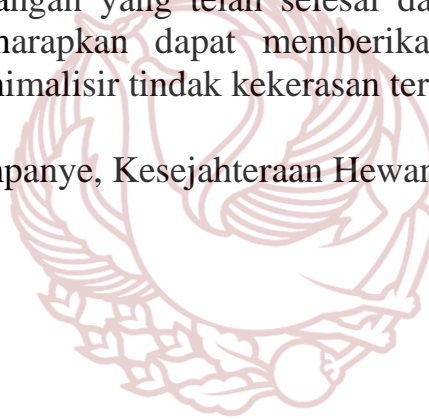
NIM. 17151114



## ABSTRAK

Kampanye Sayangi Hewan Layaknya Kawan dilatarbelakangi oleh tingginya aktivitas penyebaran konten kekerasan hewan melalui sosial media. Menggait mitra petshop AUA yang memiliki visi misi yang sama untuk mengedukasi seputar hewan. dalam perancangan dibutuhkan pesan yang dapat mengikat dan menarik perhatian bagi banyak masyarakat sehingga tujuan dari penyampaian pesan seputar edukasi kesejahteraan hewan dapat disampaikan dengan baik. Metode Desain Komunikasi Visual 2 dari Yongki Safanayong digunakan dalam perancangan ini. Perancangan dimulai dari proses pembuatan identitas visual, Meo dan Gugu menjadi maskot resmi, dan kampanye yang disampaikan melalui microblog *Instagram*. *Instagram* menjadi peran utama dalam kampanye ini serta memanfaatkan fitur yang dimiliki oleh intagram. Perancangan yang telah selesai dan dapat disebarluaskan kemasyarakat diharapkan dapat memberikan pemahaman seputar hewan dan meminimalisir tindak kekerasan terhadap hewan.

Kata Kunci : Kampanye, Kesejahteraan Hewan



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Hirobbil Alamin, Puji Syukur senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang memberikan segala nikmatnya sehingga penulisan laporan Tugas Akhir Karya dengan judul “Kampanye Media Digital Kesejahteraan Hewan Domestik Petshop AUA Surakarta” inshaallah terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir Karya ini sebagai syarat untuk menyelesaikan serta memperoleh gelar S-1 Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Surakarta. Dalam Tugas Akhir Karya ini disajikan karya berupa kampanye kesejahteraan hewan yang disuarakan melalui sosial media *Instagram*.

Tugas Akhir Karya ini dapat tersusun dengan baik berkat dukungan dari seluruh pihak yang membantu dalam proses perancangan Tugas Akhir ini. baik dari pihak institusi kampus, bapak / ibu dosen pembimbing, staff kampus, teman-teman dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan serta pacuan untuk selalu menyalakan kobaran api semangat yang ada di dalam diri untuk segera menyelesaikannya. Ucapan banyak-banyak terimakasih ini ditujukan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat kehidupan, Kesehatan dan masih banyak nikmat yang ia berikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kepada sanak keluarga terutama Mama dan papa tersayang yang telah support dan membiayai kuliah serta memacu adrenalin untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini dan akhirnya mencapai pada garis finish

3. Bapak Asmoro Nurhadi Panindias selaku Kepala Prodi Desain Komunikasi Visual dan Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan, kemudahan dan pacuan semangat untuk senantiasa menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Bapak Dr. Taufik Mutono, S.Sn, M.Sn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Karya yang telah memberikan waktu dan tenagannya untuk bimbingan, pengarahan dan saran dalam tiap sesi konsultasinya dalam perangan Tugas Akhir Karya ini.
5. Kepada seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual yang memberikan banyak pengalaman seru dalam pembelajaran serta ilmu yang telah mereka berikan. Tak lupa dengan tugas dan deadline yang mengguncang jiwa dan raga sehingga semua itu dapat dijadikan bekal kelak masuk ke dunia kerja.
6. Kepada Narasumber Mas Wisnu selaku pemilik Petshop AUA serta Mas Sidiq selaku Breeder yang telah memberikan waktu untuk sesi wawancara dan informasinya.
7. Kepada teman-temanku DKV 2017 yang telah membagikan banyak kenangan, keseruan dan pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan, dan menjadi bagian dari perjalanan hidup. Kalian sangat berarti kawan !
8. Kepada teman-teman kantor Ruang Tugas Akhir yang selalu mensupport dan membolak balikkan hati sehingga timbul pacuan dalam diri untuk segera menyelesaikan dan membuktikan bahwa semua dapat dilalui.

## **Motto**

*“ Sesuatu yang datang dari Tuhan melalui hati, lebih matang daripada akal. Akal tugasnya menerjemahkan. Pikiran adalah regulator “*

-Emha Ainun Nadjib-





## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	vi
Motto.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Gagasan Penciptaan</b> .....	<b>10</b>
<b>C. Tujuan Penciptaan</b> .....	<b>10</b>
<b>D. Manfaat Penciptaan</b> .....	<b>11</b>
1. Manfaat Teoritis .....	11
2. Manfaat Praktis .....	11
<b>E. Tinjauan Sumber Penciptaan</b> .....	<b>12</b>
<b>F. Landasan Penciptaan</b> .....	<b>18</b>
1. Kampanye .....	18
2. Pesan Kampanye .....	24
3. Identitas Visual .....	27
4. Desain Karakter / Maskot.....	28
5. Poster.....	29
6. Media Komunikasi .....	29
7. Copywriting .....	30
8. Microblogging.....	33
9. Konten Pilar .....	35
<b>G. Metode Penciptaan</b> .....	<b>37</b>
1. Data Primer .....	37
2. Metode Perancangan .....	38
<b>H. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>40</b>
BAB II IDENTIFIKASI DATA .....	41
<b>A. Animal Welfare</b> .....	<b>41</b>
1. Sejarah Animal Welfare .....	41
2. Animal Welfare ( Kesejahteraan Binatang ) .....	49
3. The Five Freedom ( 5 Prinsip Kebebasan Hewan ).....	49
4. Hewan Domestik.....	50
5. Hasil Wawancara Mengenai Animal Welfare ( Kesejahteraan Hewan ).....	53
6. Hasil Pengamatan Melalui Media Sosial Media .....	55

<b>B. Mitra.....</b>	<b>69</b>
1. Petshop AUA .....	69
2. Profil petshop AUA.....	70
3. Visi dan Misi.....	70
<b>C. Kesimpulan .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB III PERANCANGAN KAMPANYE.....</b>	<b>73</b>
<b>A. Riset Data Perancangan Kampanye.....</b>	<b>73</b>
<b>B. Analisa Data dan Sintesis .....</b>	<b>75</b>
1. Analisa Data.....	75
2. Sintesis .....	76
<b>C. Keyword .....</b>	<b>77</b>
<b>D. Strategi Kampanye .....</b>	<b>78</b>
<b>E. Value Added .....</b>	<b>79</b>
<b>F. Pemilihan Media .....</b>	<b>80</b>
<b>G. Visualisasi Identitas Visual .....</b>	<b>84</b>
1. Perancangan Identitas Visual .....	84
2. Visualisasi Identitas .....	89
<b>H. Visualisasi Maskot.....</b>	<b>91</b>
1. Perancangan Maskot .....	91
2. Digitalisasi Maskot.....	96
<b>I. Visualisasi Media Sosial Mikroblogging .....</b>	<b>100</b>
1. <i>Instagram</i> Konten .....	100
2. Konsep Konten <i>Instagram</i> .....	112
3. Digitalisasi <i>Instagram</i> Konten .....	116
<b>J. Perancangan <i>Event</i> dan Jadwal .....</b>	<b>120</b>
1. Event .....	120
2. Timeline .....	121
<b>K. Visualisasi Media Pendukung .....</b>	<b>123</b>
1. Poster.....	124
2. <i>Instagram</i> GIF.....	126
3. <i>Instagram story</i> Template .....	127
4. <i>Instagram Filter</i> .....	128
5. Stiker <i>Whatsapp</i> .....	129
6. Tempat Pakan Kucing / Anjing.....	129
7. Sisir .....	130
8. <i>Street Feeding Package Food</i> .....	130
9. Bantal .....	131
10. Stiker Cetak ( <i>Merch</i> ).....	131
11. <i>Tshirt (Merch)</i> .....	132
12. Pin ( <i>Merch</i> ) .....	132

13. Paper Bag (Merch) .....	133
<b>BAB IV HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>134</b>
<b>A. Identitas Visual.....</b>	<b>134</b>
1. Logo .....	134
2. Supergrafis .....	135
<b>B. Maskot.....</b>	<b>136</b>
<b>C. Instagram Feed dan Reels.....</b>	<b>140</b>
1. <i>Instagram</i> feed The 5 Freedoms.....	141
2. <i>Instagram</i> feed Pengertian Hewan domestic dan contohnya.....	142
3. <i>Instagram</i> feed Produk.....	143
4. <i>Instagram</i> feed Penyakit Bahaya untuk Hewan .....	143
5. <i>Instagram</i> feed Kesejahteraan Hewan Ternak .....	144
6. <i>Instagram</i> Feed Manfaat Psikologi Hewan untuk Manusia .....	145
7. <i>Instagram</i> feed Kekejaman hewan .....	146
8. <i>Instagram</i> feed Kenapa Suka Menyiksa Hewan .....	147
9. <i>Instagram</i> feed Kesejahteraan Hewan.....	147
10. <i>Instagram reels</i> .....	148
<b>D. Media Pendukung .....</b>	<b>149</b>
1. Poster.....	149
2. <i>Instagram</i> Gif.....	150
3. <i>Instagram Filter</i> .....	151
4. <i>Instagram</i> Template Story.....	152
5. <i>Whatsapp</i> Sticker .....	153
6. Tempat Pakan.....	154
7. Sisir .....	154
8. Street Feeding Package .....	155
9. Bantal .....	155
10. <i>Sticker ( Merchan)</i> .....	156
11. Tshirt ( Merchan) .....	157
12. Pin ( Merchan ) .....	158
13. Paper Bag ( Merchan ) .....	159
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>160</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>160</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>161</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>163</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>165</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data konten kekejaman hewan.....	4
Gambar 2. Most Used Social Media Platform .....	5
Gambar 3. Social Media Use .....	6
Gambar 4. Komik empat kaki kecil .....	13
Gambar 5. Poster #SPOTS .....	14
Gambar 6. Logo Toilet Kunci Hidup Sehat .....	15
Gambar 7. Dog Meat Free Indonesia .....	15
Gambar 8. Metode AISAS .....	21
Gambar 9. Alur Proses Aisas .....	23
Gambar 10. Alur Nonlinier AISAS.....	23
Gambar 11. Proses Desain Komunikasi Visual .....	39
Gambar 12. Petshop AUA.....	69
Gambar 13. Brainstorming Logo .....	84
Gambar 14. Kasih Sayang Pada Anjing dan Kucing .....	85
Gambar 15. Refrensi Logo.....	85
Gambar 16. Sketsa Pensil.....	86
Gambar 17. Hewan Domestic .....	88
Gambar 18. Alternatif logotype .....	89
Gambar 19. Visualisasi Supergrafis.....	90
Gambar 20. Brainstorming Maskot.....	91
Gambar 21. Jenis Anjing dan Kucing .....	94
Gambar 22. Refrensi Maskot .....	94
Gambar 23. Sketsa Pensil.....	95
Gambar 24. Sketsa Digital .....	96
Gambar 25. Maskot Meo.....	96
Gambar 26. Maskot Gugu .....	97
Gambar 27. Kostum Harian .....	98
Gambar 28. Kostum Perawat .....	99
Gambar 29. Kostum Kekerasan Hewan .....	99
Gambar 30. <i>Outline</i> Aset Maskot.....	100
Gambar 31. Refrensi Intagram Konten Feed .....	112
Gambar 32. Sketsa Konten Feed.....	112
Gambar 33. Font .....	113
Gambar 34. Refrensi <i>Instagram reels</i> .....	114
Gambar 35. Story Board <i>Instagram reels</i> .....	115
Gambar 36. Sketch Visual <i>Instagram Feed</i> 1 .....	116
Gambar 37. Sketch Visual <i>Instagram Feed</i> 2 .....	117
Gambar 38. Sketch Visual <i>Instagram Feed</i> 3 .....	117
Gambar 39. Aset Pisah Animasi .....	118
Gambar 40. Proses Pengambilan Video.....	119
Gambar 41. Proses Penggabungan Aset dan Video .....	119
Gambar 42. Refrensi Poster .....	124
Gambar 43. Sketsa Pensil Poster Alternatif .....	124
Gambar 44. Visualisasi <i>Layout</i> .....	125
Gambar 45. <i>Outline</i> Gif.....	126
Gambar 46. Sketsa alternatif <i>Instagram Template Story</i> .....	127

Gambar 47. Sketsa <i>Instagram Filter</i> .....	128
Gambar 48. Outline dan <i>Layout font Stiker Whatsapp</i> .....	129
Gambar 49. Sketsa Tempat Pakan .....	129
Gambar 50. Sketsa Sisir .....	130
Gambar 51. Sketsa <i>Street Feeding Package</i> .....	130
Gambar 52. Sketsa Bantal.....	131
Gambar 53. Sketsa Stiker.....	131
Gambar 54. Sketsa Alternatif Kaos.....	132
Gambar 55. Sketsa Pin .....	132
Gambar 56. Sketsa Alternatif Paper Bag .....	133
Gambar 57. Logo Final dan Pengaplikasian Warna.....	134
Gambar 58. Supergrafis .....	135
Gambar 59. Maskot Meo dan Gugu.....	136
Gambar 60. Kostum Meo dan Gugu .....	137
Gambar 61. Ekspresi Meo dan Gugu .....	138
Gambar 62. Aset <i>Pose Full Body</i> .....	139
Gambar 63. Aset Maskot.....	139
Gambar 64. <i>Mockup Instagram</i> .....	140
Gambar 65. Konten The 5 Freedom.....	141
Gambar 66. Konten Hewan Domestik .....	142
Gambar 67. Konten Promosi.....	143
Gambar 68. Penyakit Hewan Peliharaan.....	143
Gambar 69. Kesejahteraan Hewan Domestik .....	144
Gambar 70. Manfaat hewan bagi psikologi manusia .....	145
Gambar 71. Kekejaman Hewan .....	146
Gambar 72. Kenapa Suka Menyiksa Hewan.....	147
Gambar 73. Kesejahteraan Hewan.....	147
Gambar 74. Visual <i>Instagram reels</i> .....	148
Gambar 75. Final Poster.....	149
Gambar 76. <i>Mockup Poster</i> .....	149
Gambar 77. Intagram GIF.....	150
Gambar 78. <i>Instagram Filter</i> .....	151
Gambar 79. <i>Instagram Story Template</i> .....	152
Gambar 80. <i>Whatsapp Stiker</i> .....	153
Gambar 81. <i>Mockup Whatsapp Stiker</i> .....	153
Gambar 82. Tempat Pakan.....	154
Gambar 83. Sisir .....	154
Gambar 84. <i>Street Feeding Package</i> .....	155
Gambar 85. Bantal .....	155
Gambar 86. <i>Mockup Stiker</i> .....	156
Gambar 87. <i>Mockup Kaos</i> .....	157
Gambar 88. <i>Mockup Pin</i> .....	158
Gambar 89. <i>Mockup Paper Bag</i> .....	159
Gambar 90. Wawancara Melalui <i>Whatsapps 2</i> .....	165
Gambar 91. Wawancara Melalui <i>Whatsapps 1</i> .....	165
Gambar 92. Wawancara Melalui <i>Whatsapps 4</i> .....	166
Gambar 93. Wawancara Melalui <i>Whatsapps 3</i> .....	166
Gambar 94. Wawancara Melalui <i>Whatsapp 5</i> .....	167

Gambar 95. Wawancara Melalui <i>Whatsapp</i> 6.....	167
Gambar 96. Wawancara Melalui <i>Whatsapp</i> 8.....	168
Gambar 97. Wawancara Melalui <i>Whatsapp</i> 7.....	168
Gambar 98. Preview Owner Petshop AUA.....	171
Gambar 99. Saran dari Mitra.....	172



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Konsumsi Daging Anjing 2018 .....	2
Tabel 2. Daftar Tinjauan .....	17
Tabel 3. Data Pengamatan Media Sosial.....	56
Tabel 4. Kesimpulan .....	67
Tabel 5. AISAS .....	81
Tabel 6. Alternatif Logo.....	87
Tabel 7. Alternatif Nama.....	93
Tabel 8. Copywriting 1 .....	102
Tabel 9. Copywriting 2 .....	103
Tabel 10. Copywriting 4 .....	104
Tabel 11. Copywriting 5 .....	106
Tabel 12. Copywriting 6 .....	107
Tabel 13. Copywriting 7 .....	108
Tabel 14. Copywriting 8 .....	109
Tabel 15. Copywriting 9 .....	110
Tabel 16. Naskah <i>Instagram reels</i> .....	111
Tabel 17. Timeline .....	122
Tabel 18. Feedback Konsep.....	169

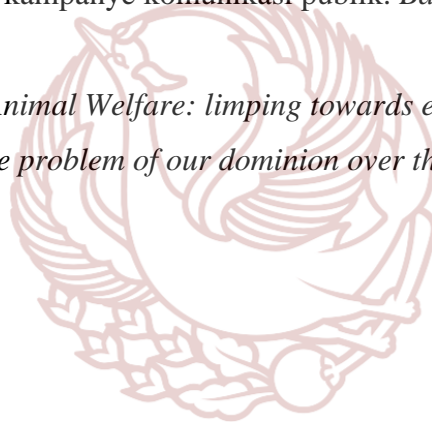


## DAFTAR PUSTAKA

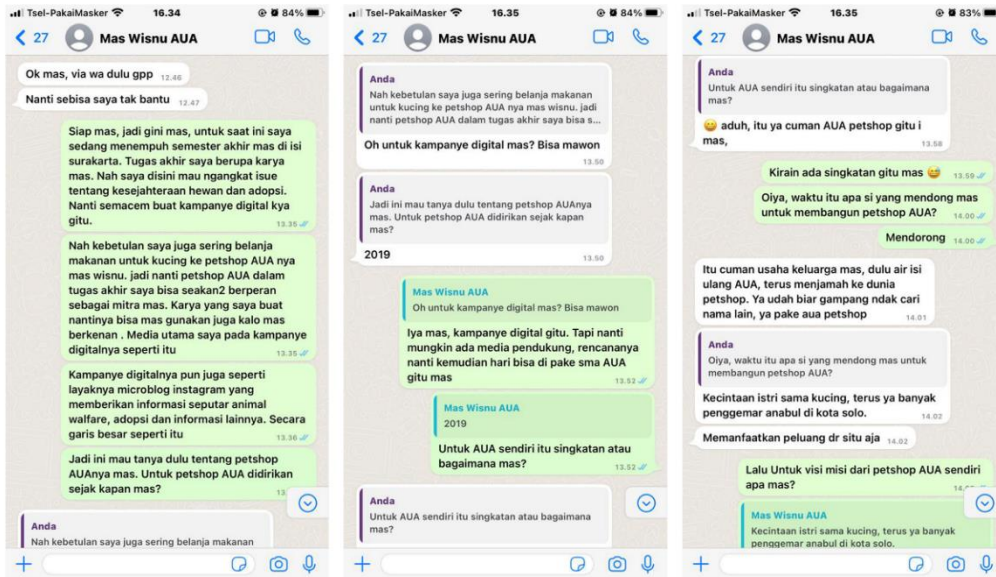
- Alessandri, S. W. (2014). *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*. Routledge.
- Antar, V. (2004). Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. *Bandung: Simbiosis Rekaatam Media*.
- Asia for Animals Coalition. (2021). *SMACC Report "Making Money from Misery: How social media giants profit from animal abuse."*
- Carter, D. E. (2002). *The Big Book of Logos 3*. Harpers Collins International.
- Diamond, J. M., & Ordunio, D. (1999). *Guns, germs, and steel* (Vol. 521). Books on Tape.
- Eccleston, K. J., & KE, A. (2009). Animal Welfare di Jawa Timur: Model Pendidikan Kesejahteraan Binatang di Jawa Timur. *Australian Consortium For In-Country Indonesian Studies Angkatan Ke-28*.
- Ervina, E. (2021). *Perancangan Kampanye Sosial Mengubah Kebiasaan Babs di Daerah Tangerang*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Falaise, M. (2019). Animal Welfare: From Science To Law. In *Legal standards and animal welfare in European countries*.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Landa, R. (1996). *Graphic Design Solutions*. Delmar Publisher.
- Nimmo, D. (2011). Komunikasi Politik, Komunikator, pesan, dan Media (terjemahan). *Bandung, PT. REMAJA ROSDAKARYA*.
- Panindias, A. N. (2020). STRATEGI KREATIF KARYA PEMENANG ADSTUDENT AWARD PINASTHIKA KREATIF FESTIVAL 2015. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication, 1(1)*, 84–106.
- Prisca, H. (2019). Perancangan Program Kampanye Rescue and Adopt Melalui Webtoon Four Little Feet Untuk Membangun Sikap Kepedulian Pada Hewan. *Journal of Servite, 1(1)*, 50–73.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaigns*.



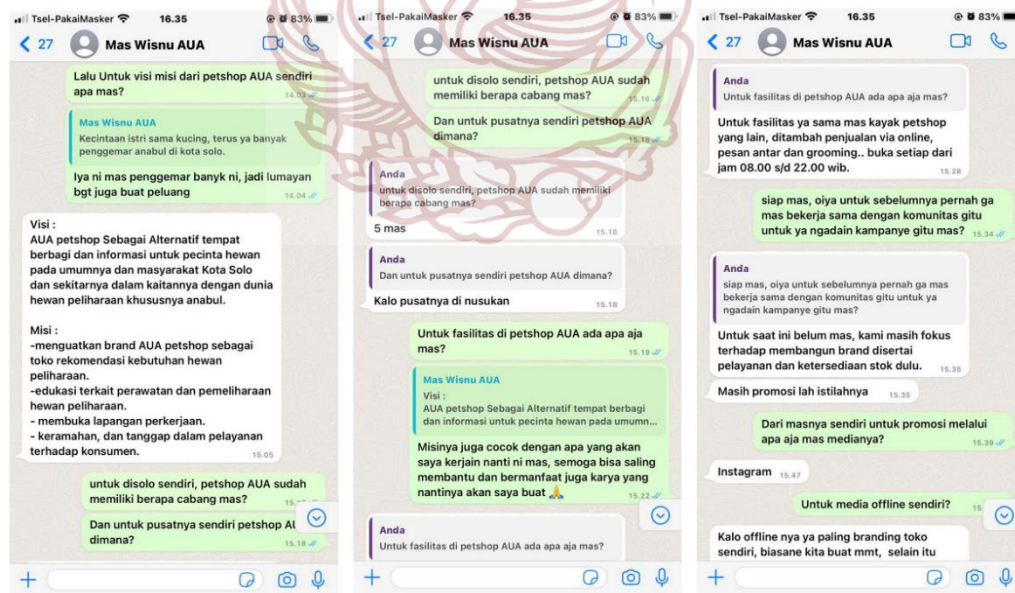
- Roots, C. (2007). *Domestication*. Greenwood Pub Group.
- Ruslan, R. (2007). Kampanye public relations. *Jakarta: PT RajaGrafindo*.
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu* (2nd ed.). ARTE INTERMEDIA.
- Siebert, L., & Ballard, L. (1992). *Making a good layout*. North Light Books.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of cross switch marketing from the World's most innovative advertising agency*. McGraw Hill Professional.
- Sulistiyarini, D., & Fadilla, A. N. (2017). Perancangan Kampanye Sosial Sterilisasi Untuk Hewan Peliharaan Di Jakarta. *EProceedings of Art & Design, 4*(3).
- Venus, A. (2018). Manajemen kampanye: Panduan teoretis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi publik. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Webster, J. (2008). *Animal Welfare: limping towards eden: A practical approach to redressing the problem of our dominion over the animals*. John Wiley & Sons.



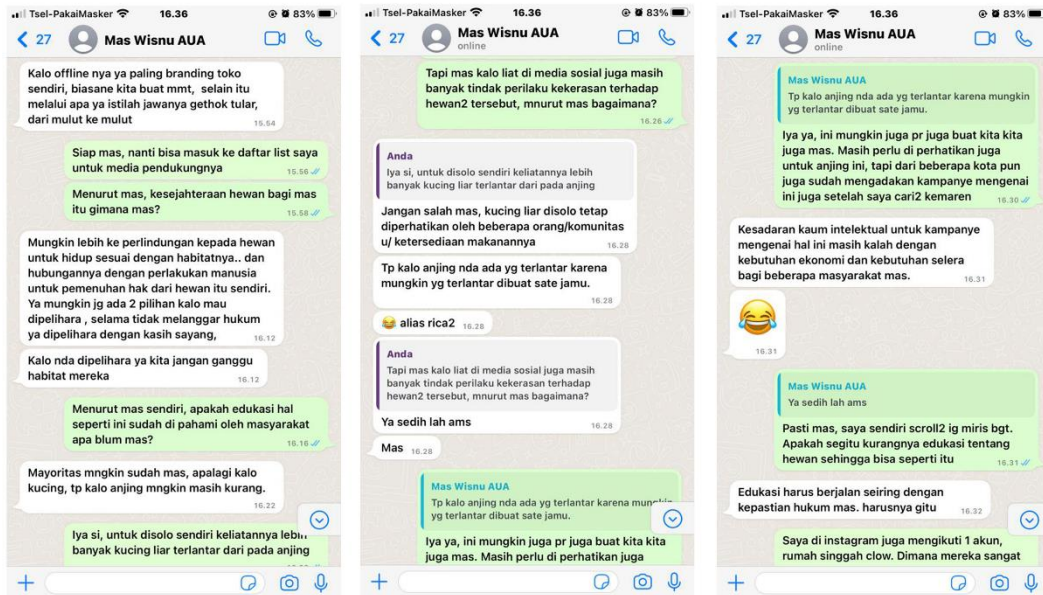
## LAMPIRAN



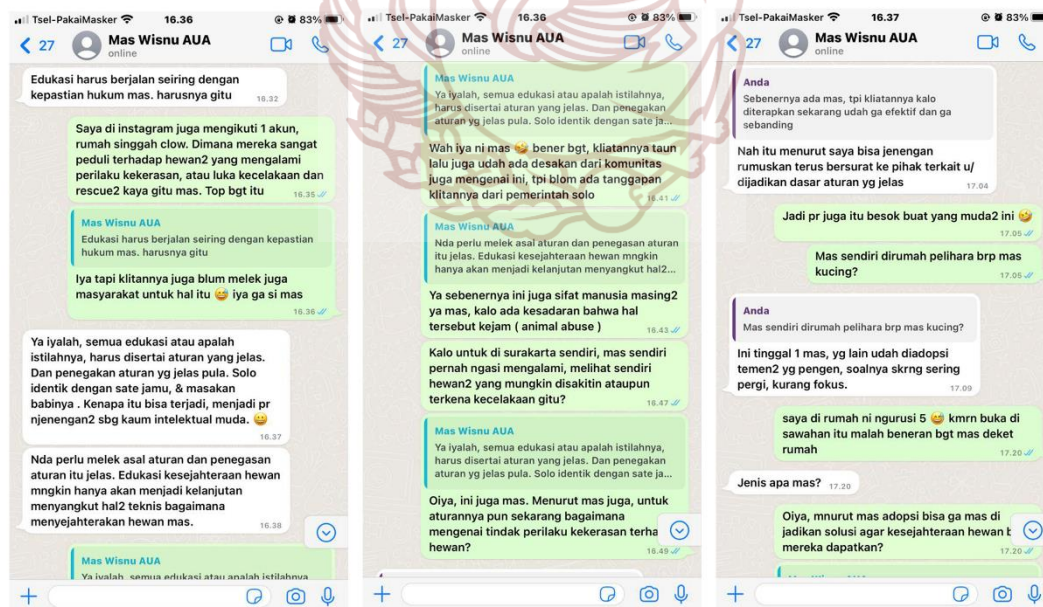
Gambar 91. Wawancara Melalui *Whatsapps* 1  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)



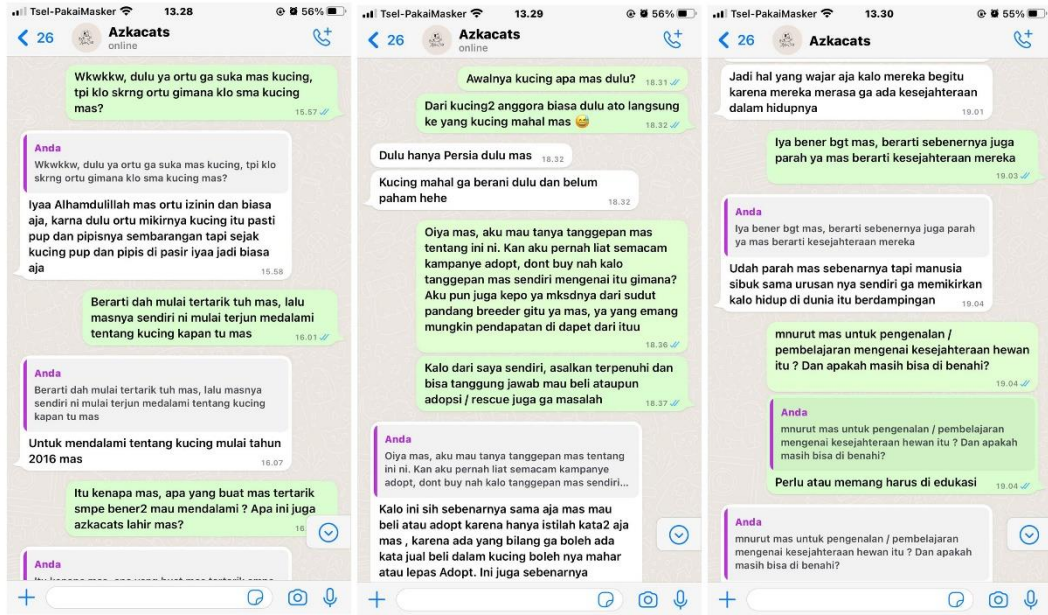
Gambar 90. Wawancara Melalui *Whatsapps* 2  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)



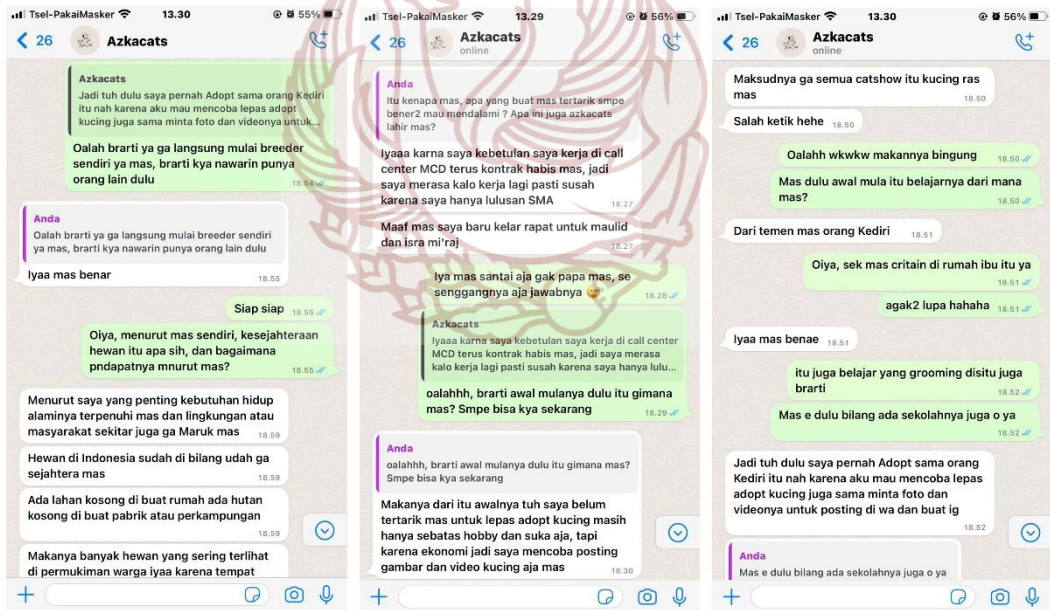
Gambar 93. Wawancara Melalui *Whatsapps* 3  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)



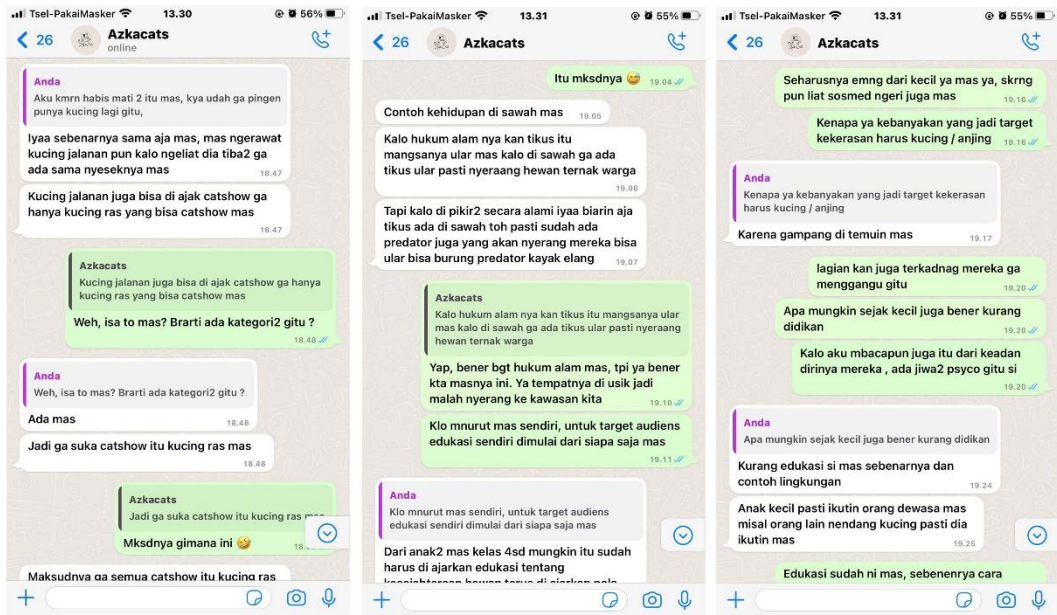
Gambar 92. Wawancara Melalui *Whatsapps* 4  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)



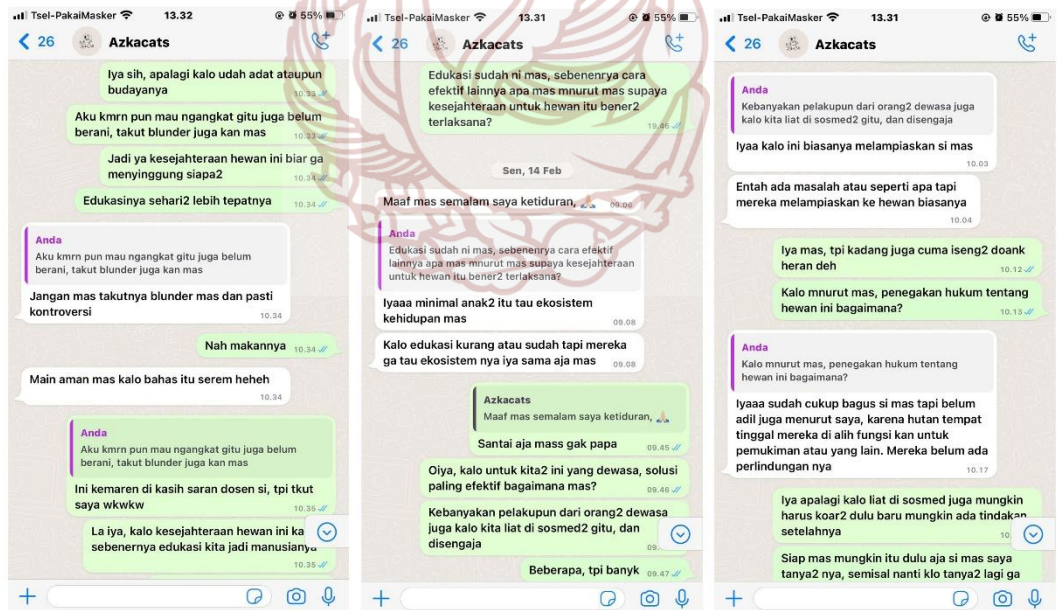
Gambar 94. Wawancara Melalui *Whatsapp* 5  
(Sumber : Fadhilr Rahman N.A.E.P.P)



Gambar 95. Wawancara Melalui *Whatsapp* 6  
(Sumber : Fadhilr Rahman N.A.E.P.P)



Gambar 97. Wawancara Melalui *Whatsapp* 7  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)



Gambar 96. Wawancara Melalui *Whatsapp* 8  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)

Tabel 18. Feedback Konsep  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)

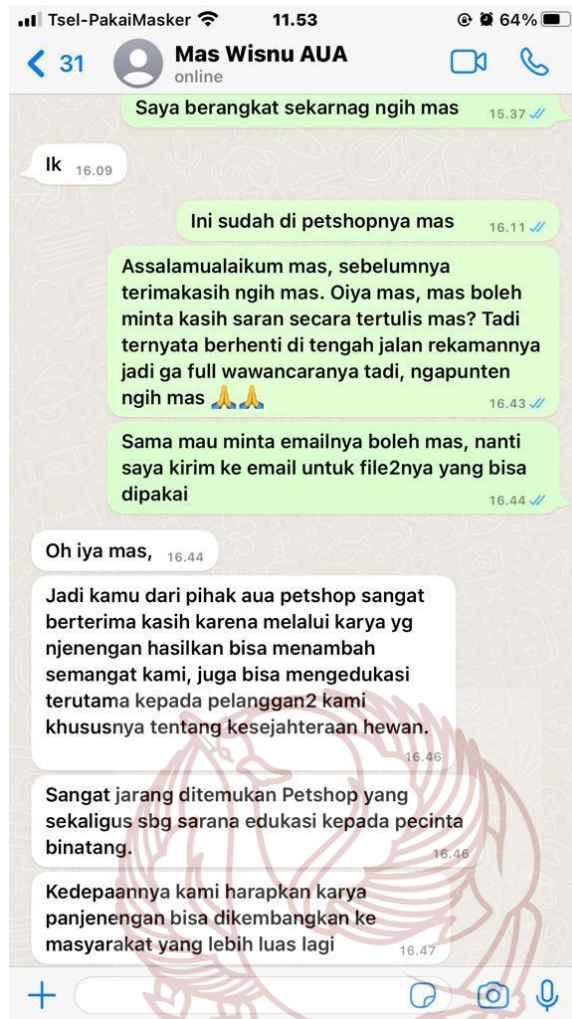
No	Penawaran Konsep	Feedback
1	Alternatif Logo	<p>Untuk logo, mas wisnu memilih logo dengan komposisi kucing, anjing, dan manusia yang berjajar. Menurut mas wisnu logo tersebut memiliki makna yang bagus. Mas Wisnu menjelaskan bahwa logo tersebut menggambarkan kesetaraan antara manusia dan hewan serta memiliki hak yang sama. Minimal hewan juga memiliki hak untuk hidup yang sama dengan manusia, jadi tidak ada diskriminasi, saling menyakiti itu tidak diperbolehkan. Sebenarnya kucing dan anjing / hewan lainnya dapat dijadikan teman. Dan makna tersebut menjadi nama kampanye.</p> <p>Mas Wisnu sendiri, merasa kasian terhadap anjing yang masih dibuat konsumsi. Anjing dan kucing sendiri masih sering mendapatkan perilaku kekerasan.</p>

		Dalam pemilihan warna lebih dominan ke warna kuning dan orange.
2	Alternatif Maskot	<p>Sebelumnya dijelaskan mengenai alternatif maskot yang sudah dipilihkan oleh dosen pembimbing. Menurut dosen pembimbing maskot pertama lebih ekspresif daripada yang lainnya.</p> <p>Untuk warna dasar maskot anjing dan kucing diminta untuk menggunakan warna yang terdapat pada logo petshop AUA.</p>
3	Alternatif Poster	<p>Untuk poster Mas Wisnu menyerahkan desainnya kepada peneliti. Hanya memiliki saran yaitu untuk mempertajam pesan yang akan disampaikan. Dalam penyampaiannya, Mas Wisnu ingin poster menggunakan Bahasa Indonesia / bahsasa jawa yang mudah dipahami orang sekitar</p> <p>Menyesuaikan, dapat dibuat lebih kartun pada posternya.</p>
4	Alternatif <i>Instagram</i> Konten	Untuk konten <i>Instagram</i> Mas wisnu juga menyerahkan kepada peneliti untuk dibuat.



Gambar 98. Preview Owner Petshop AUA  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)





Gambar 99. Saran dari Mitra  
(Sumber : Fadhlir Rahman N.A.E.P.P)