

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Terdapat 200 jenis primata di seluruh dunia dan 40 jenis yang diantaranya hidup di Indonesia. Menurut Byers (2001) Negara Indonesia mempunyai lebih dari 40 jenis primata yang 24 diantaranya ialah primata endemik. Pendapat tersebut menggambarkan bahwa Indonesia memiliki begitu banyak jenis primata di dunia. Salah satu adalah pada Kabupaten Bandung Jawa Barat.

Siti Nuramaliati Peijono (Kepala Pusat Penelitian Biologi LIPI, 2012) menjelaskan bahwa terdapat berbagai jenis primata yang hidup di hutan Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman primata tertinggi di dunia setelah Brasil.

Owa Jawa (*Hylobates Moloc*) adalah primata endemik yang tersebar hanya di Jawa Tengah (*H. Moloch Pongoalsoni*) dan Jawa Barat (*H. Moloch*) (Supriatna, 2006). Owa Jawa termasuk primata yang tergolong ke dalam satwa prioritas tertinggi dalam dokumen strategis konservasi spesies nasional 2008 – 2018 (Mardiastuti, *et al.*, 2008). Menurut hasil survey lembaga konservasi *International Union for Conservation of Nature (IUCN) Redlist*, pada tahun 2014-2016 sudah tercatat bahwa 25 jenis primata Indonesia yang sudah terancam punah diantaranya beberapa spesies primata seperti Owa Jawa. Menurut Drh. Ida Junyati Manur (Pemerhati Primata Indonesia) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan Owa Jawa terancam punah salah satunya menjadikan Owa Jawa sebagai hewan peliharaan di rumah dan jikalau Owa Jawa punah, ekosistem hutan akan terganggu karena Owa Jawa berperan sebagai penyebar biji- bijian dan membantu penyebaran biji pohon- pohon hutan.

Penyebaran Owa Jawa terbatas pada hutan tropis yang keadaan ekosistemnya relatif masih seimbang seperti pada hutan- hutan di Jawa Barat dan beberapa hutan di Jawa Tengah (Kappeler, 1987). Salah satu habitat Owa Jawa ialah di Cagar Alam Gunung Tilu, Jawa Barat. Gunung Tilu merupakan kawasan hutan

lindung dengan kondisi hujan tropis basah pegunungan yang cukup luas dengan ketersediaan bahan pakan alami yang masih melimpah dan keadaan ekologi di kawasan hutan masih asri. Penjelasan dari Sigit (*Head Keeper Aspinall Foundation*) tersebut memberi penekanan bahwa kawasan hutan di Jawa Barat merupakan lingkungan potensial dan menjadi tempat yang memberikan kontribusi bagi perkembangbiakkan Owa Jawa.

Owa Jawa (*Hylobates Moloch*) atau wowo (sebutan oleh warga lokal termasuk fauna yang dilindungi dalam peraturan perlindungan satwa liar pada tahun 1931, peraturan pemerintah no.7 tahun 1999 (tertulis: semua jenis dari famili *Hylobatidae*) (Audebert, 1798) dan UU no.5 tahun 1990 tentang KSDAE (Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem) dengan denda Rp 100.000.000 atau kurungan 5 tahun penjara.

Beberapa hasil penelitian dari lembaga konservasi *Silvery Gibbon* pada tahun 2010 menyebutkan bahwa estimasi populasi Owa Jawa yang masih tersisa di hutan Jawa Barat dan Jawa Tengah adalah kurang lebih tersisa 2.500 Owa Jawa. Pada tahun 2008 The Aspinall Foundation melakukan monitoring menggunakan metode *line transek* dan jelajah pada kawasan Cagar Alam Gunung Tilu dengan luas 8.000 hektar dan mendapatkan hasil sekitar 42 ekor dan bertambah menjadi 59 ekor pada tahun 2016.

Oleh karena itu, mulai banyak bermunculan aktivis yang bergerak dalam bidang kesejahteraan hewan yang akan memberikan perlindungan secara profesional kepada hewan-hewan yang statusnya terancam punah maupun tidak. Salah satunya The Aspinall Foundation sebuah organisasi *non-profit* yang berasal dari Inggris dan memberikan layanan rehabilitasi kepada khususnya untuk primata yang sudah terancam punah seperti Owa Jawa, Lutung dan Surili yang terletak di Ciwidey. Tetapi *Aspinall Foundation* belum optimal dalam memberikan sosialisasi berupa edukasi kepada masyarakat lokal dan perkotaan untuk dapat mengenal keberadaan primata di daerah Ciwidey ini hal ini simpulkan dari penelitian kualitatif (Nasution, 2003:5) yaitu dengan mewawancarai secara terstruktur dengan 7 orang narasumber yang ditunjuk sebagai khalayak sasaran dan mendapatkan hasil bahwa 5 diantaranya tidak mengetahui Owa Jawa.

The Aspinall Foundation pernah membuat kampanye langsung bersama Profauna melawan perburuan liar dan perdagangan primata pada Hari Primata Indonesia 2016 dengan tema “*Stop Perburuan Primata*” bertempat di Alun- alun, Bandung dan The Aspinall Foundation belum memanfaatkan media yang sudah ada. Karena, dikutip dari Kotler & Roberto (1989) kampanye sosial diciptakan agar dapat merubah perilaku dan sikap khalayak.

Kemudian, Leslie B. Snyder (2002) menjelaskan bahwa kampanye merupakan adalah sebuah aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditunjukkan khalayak tertentu, dalam sebuah periode waktu yang telah ditentukan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Pengertian yang telah diuraikan diatas, menjelaskan bahwa kampanye sosial adalah memberikan wawasan terhadap masyarakat agar dapat menguasai wawasan dan mampu menyebarluaskan informasi yang telah didapat kepada orang lain, dengan demikian diharapkan pada kelompok usia remaja (*youth*) yaitu 15- 24 tahun (PBB. Sanderowitz & Paxman, 1985; Hanifah, 2000).

Menurut Muangman, (1980: 9), Masa remaja (*youth*) merasa bahwa dirinya mulai dapat bertindak dengan tujuan yang jelas dan tidak bimbang lagi sehingga dapat bertanggung jawab. Dengan begitu, kampanye ini diharapkan kepada kelompok usia remaja dapat tergugah dan dapat membantu menyebarkanluaskan informasi yang telah didapat agar secara tidak langsung dapat melestarikan Owa Jawa.

Ada beberapa kampanye serupa dari lembaga konservasi, salah satunya ialah dari Yayasan Kalaweit sebuah organisasi konservasi *non-profit* yang bergerak pada perlindungan satwa lair khususnya Owa. Kalaweit telah melakukan cukup banyak kampanye secara langsung maupun menggunakan sosial media dalam kampanye dan mengajak anak- anak muda untuk dapat berpartisipasi melakukan perlindungan terhadap Owa dan satwa liar di Sumatra Barat.

Latar belakang inilah yang mendorong penulis mengangkat permasalahan tersebut dalam penulisan Tugas Akhir dalam rangka menyelesaikan pendidikan strata satu pada Telkom University Bandung dengan topik “**Kampanye**

## **Pelestarian Owa Jawa (Studi tentang Kampanye Mengenalkan Owa Jawa Dalam Upaya Mencegah Perburuan Satwa Langka)”**

### **1.2 Permasalahan**

#### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang dapat dirumuskan, antara lain:

1. Menurut hasil *survey* IUCN *Redlist*, pada tahun 2014-2016 sudah tercatat bahwa 25 jenis primata Indonesia yang sudah terancam punah diantaranya beberapa spesies primata seperti Owa Jawa.
2. Hasil dari wawancara dan kuesioner kepada remaja kota Bandung oleh penulis menyimpulkan bahwa remaja di kota Bandung kurang mengetahui bahwa Owa Jawa sering diburu untuk dijadikan hewan peliharaan.
3. The Aspinall Foundation belum optimal dalam mengedukasikan masyarakat tentang keberadaan Owa Jawa.

#### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di tulis, dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif yang tepat untuk dapat membantu The Aspinall Foundation dalam memberikan pemahaman kepada remaja terhadap primata Owa Jawa?
2. Bagaimanakah perancangan media visual kampanye yang menarik untuk remaja agar paham dan tergugah dengan kampanye ini?

### **1.3 Ruang Lingkup**

Mengingat habitat Owa Jawa tersebar di beberapa wilayah di pulau Jawa maka penulis memusatkan penelitian pada habitat Owa Jawa yang berada di hutan

wilayah Bandung dengan dua ragam khalayak sasaran primer (*primary*) yaitu kelompok usia remaja yaitu 15-24 tahun, yang mempunyai minat yang tinggi terhadap isu lingkungan dan satwa dan khalayak sasaran sekunder (*secondry*) yaitu kelompok usia remaja yaitu 15-24 tahun, yang tidak mempunyai minat terhadap isu lingkungan dan satwa. Dengan demikian diharapkan pada kelompok usia remaja (*youth*) yaitu 15-24 (PBB. Sanderowitz & Paxman, 1985; Hanifah, 2000) dikarenakan pada usia masa remaja (*youth*) merasa bahwa dirinya mulai dapat bertindak dengan tujuan yang jelas dan tidak bimbang lagi sehingga dapat bertanggung jawab. Remaja yang berdomisili di Kota Bandung agar dapat mengenal dan secara langsung dapat terlibat menjaga kelestarian Owa Jawa, karena habitat Owa Jawa terdapat di hutan Jawa Barat khususnya pada hutan Bandung.

#### 1.4 Tujuan Perancangan

Berikut adalah tujuan dari perancangan kampanye ini ialah:

1. Terancangnya strategi kreatif yang tepat untuk The Aspinall Foundation dalam mengkampanyekan tentang mengenalkan Owa Jawa dalam upaya pelestarian Owa Jawa.
2. Terancangnya konsep media visual yang akan diimplementasikan menjadi media kreatif dan komunikatif untuk kelompok usia remaja sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

## 1.5 Manfaat Perancangan

Hasil dari proses perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan ilmu dan manfaat kepada penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom Konsentrasi *Advertising*, instansi terkait, dan masyarakat luas diantaranya:

1. Bagi penulis
  - a. Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom.
  - b. Memberikan pengalaman, wawasan dan keterampilan bagi penulis dalam merancang kampanye yang menarik dan dapat dimanfaatkan masyarakat.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif
  - a. Dapat bermanfaat bagi akademis terutama bagi yang akan meneliti penelitian sejenis.
3. Bagi Instansi Terkait
  - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu The Aspinall Foundation dalam melakukan kampanye yang lebih inovatif dan kreatif dalam melakukan edukasi kepada masyarakat.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Yang Digunakan

Menurut Moleong (2007: 4) menjelaskan, penelitian kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tertulis maupun lisan dari orang-orang dan bertujuan untuk memperoleh gambaran untuk mengani suatu hal menurut pandangan sesuatu yang akan diteliti dan berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan suatu hal yang akan diteliti.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang telah dilakukan penulis, yaitu:

#### **1. Observasi**

Menurut Sudjana (2011) observasi atau pengamatan adalah alat dalam sebuah cara untuk menilai dan mencermati sebuah tingkah laku individu atau suatu kelompok dalam suatu kegiatan yang dapat diamati.

#### **2. Wawancara Terstruktur**

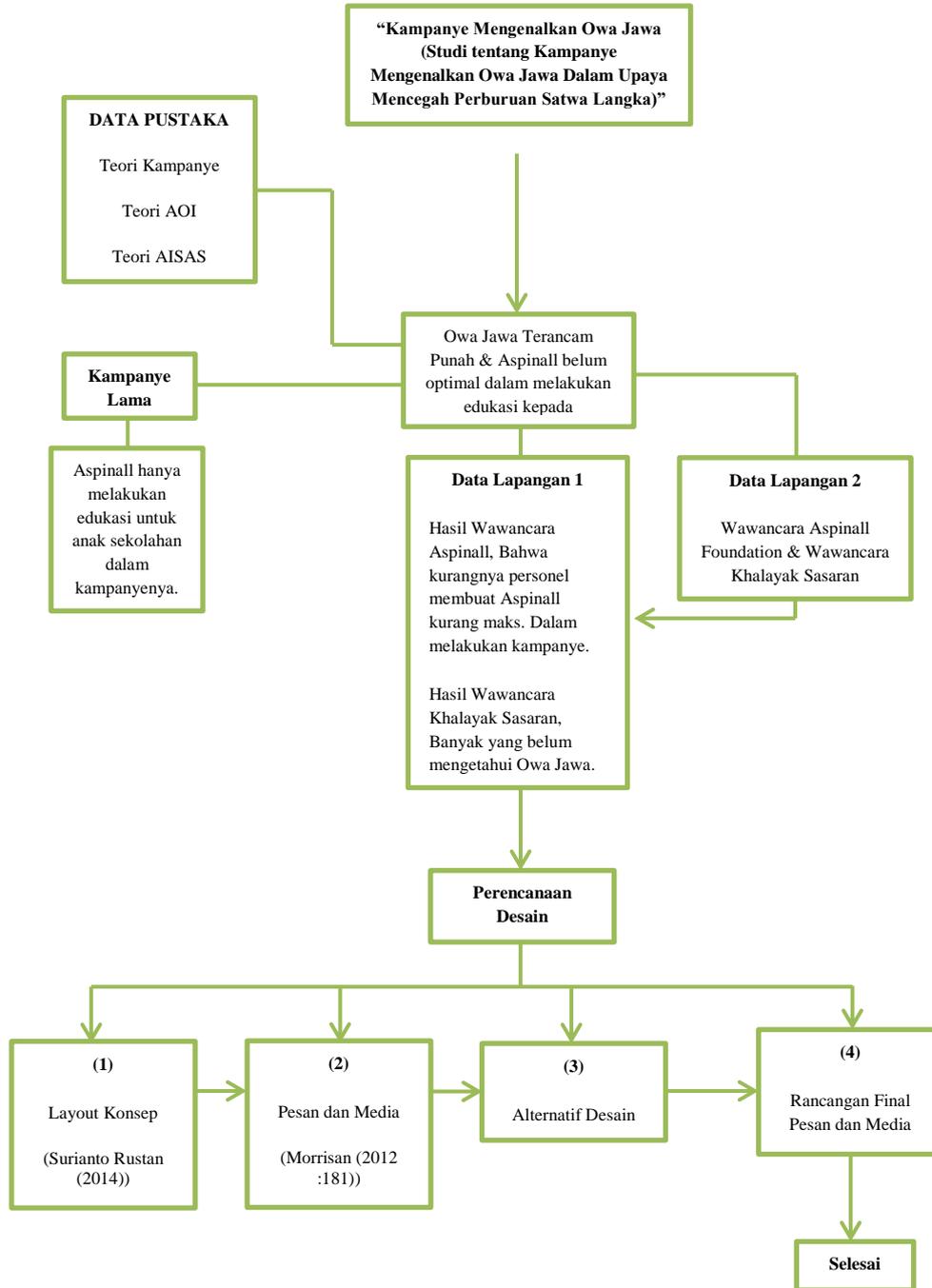
Menurut Sugiyono (2010: 233) wawancara terstruktur adalah sebuah cara pengambilan data yang mengharuskan peneliti menyiapkan pertanyaan- pertanyaan yang tersusun dengan rapih dan jawabannya pun telah disiapkan.

#### **3. Analisis Data**

Menurut Sugiyono, (2012: 244) analisis data merupakan sebuah proses dalam mencari dan menyusun sebuah data hasil wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan secara sistematis dengan cara mengkategorikannya dan menyusun kedalam pola dengan begitu dapat memilih mana yang lebih penting dan dapat dipelajari lalu dibuat kesimpulannya.

Hasil-hasil observasi ini akan menjadi landasan bagi penulis dalam pengerjaan laporan hasil tugas akhir sehingga akan membantu penulis dalam menyusun penelitian.

## 1.7 Kerangka Perancangan



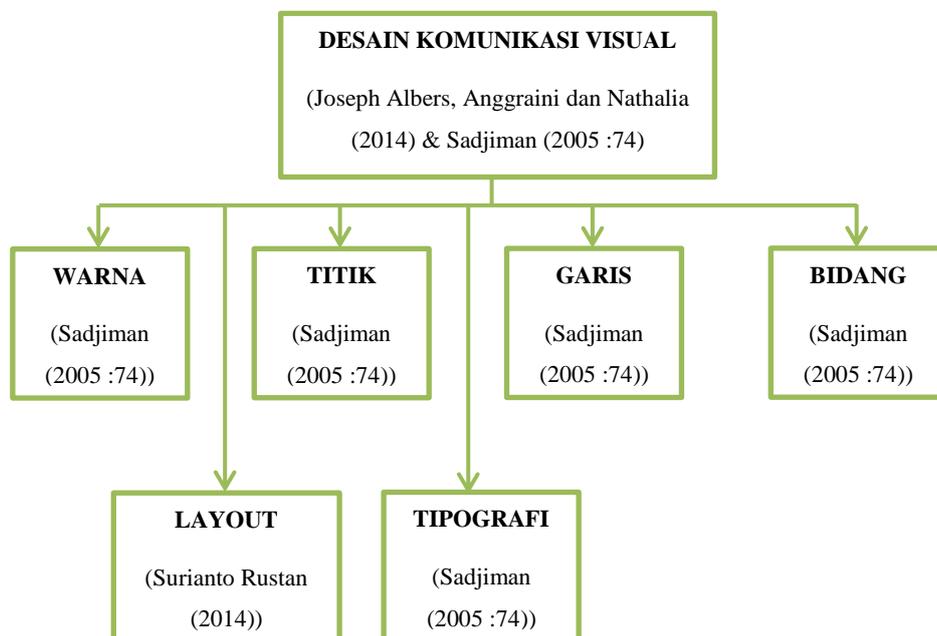
Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Penulis

## 1.8 Kerangka Teori

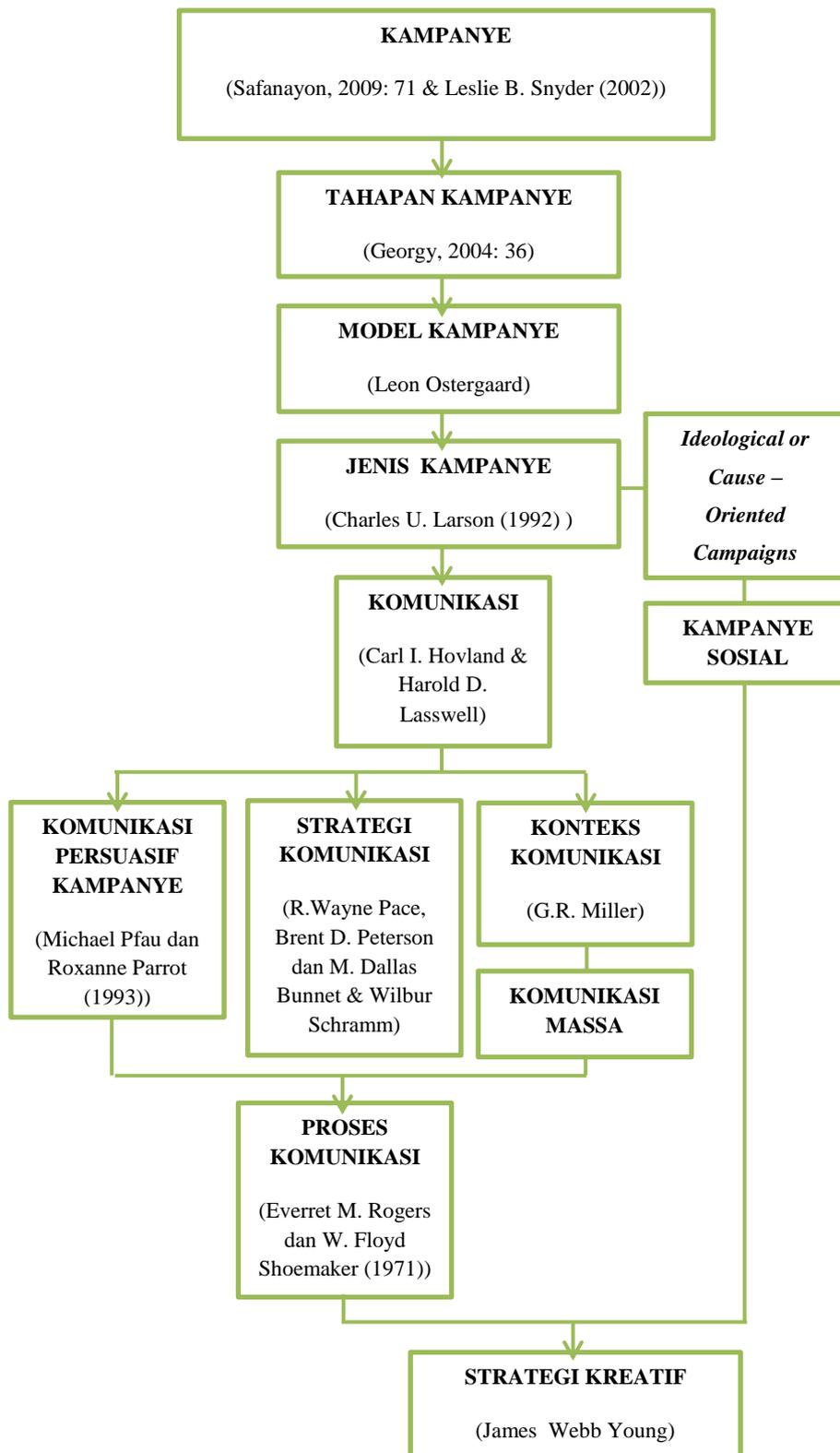
Kerangka teori ini bertujuan sebagai landasan penelitian, karena telah disusun berdasarkan hasil penentuan dari teori dan konsep yang telah di kemukakan didalam bab sebelumnya. Gambaran pada fokus utama kampanye pelestarian Owa Jawa menjadi titik sentral untuk menghindari Owa Jawa dalam perburuan liar untuk meminimalisir Owa Jawa menjadi hewan peliharaan manusia. Setiap komunikasi dibentuk agar khalayak sasaran dapat tergugah setelah menerima kampanye ini dan dapat membantu menyebarluaskan kampanye ini kepada orang lain. Oleh karena itu, komunikasi yang digunakan dalam kampanye pun harus dipahami dan diteliti dengan menggunakan teori yang benar.

Dengan bagan yang telah dibuat berdasarkan teori kampanye, penulis menggunakan teori konteks komunikasi yaitu komunikasi untuk massa dikarenakan jumlah khalayak yang banyak dan menggunakan berbagai macam media massa untuk menunjang kampanye ini, berikut bagan teori komunikasi yang digunakan :



Tabel 1.2Bagan Teori DKV

Sumber : Penulis



Tabel 1. 3 Bagan Teori Kampanye

Sumber : Penulis