

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Taman Nasional Way Kambas adalah habitat asli dari gajah sumatera yang merupakan kawasan konservasi yang berbentuk taman nasional di Provinsi, Lampung, yang disahkan melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 670/Kpts-II/1999 tanggal 26 Agustus 1999, kawasan ini mempunyai luas lebih kurang 125,631.31 ha. pada tahun 1968 – 1974 kawasan ini mengalami kerusakan habitat cukup berat akibat aktivitas pembalakan liar akibat dari kerusakan ini gajah sumatera di taman nasional way kambas populasinya turun tajam, untuk menyelamatkan Gajah Sumatra (*elephas maximus*) dari kepunahan pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No.5 Tahun 1990 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. (2017.waykambas.org)

Gajah sumatera dikenal dengan ‘spesies payung’ bagi habitatnya yang artinya konservasi satwa besar ini akan menyelamatkan ekosistem disekitarnya juga dan gajah sumatera sudah masuk dalam daftar merah spesies terancam punah (*critically endangered*) yang dikeluarkan oleh IUCN (*international union for conservation of nature*) dan Hasil survei WCS Indonesia (*Wildlife Conservation Societies*) pada tahun 2002, ada 220 gajah liar di hutan TNWK (taman nasional way kambas) jumlah ini meningkat lebih banyak pada tahun berikutnya yaitu Hasil survei di tahun 2010 Wildlife Conservation Societies Indonesia menyebutkan populasi gajah liar sumatera di hutan TNWK, Provinsi Lampung, saat ini hanya tersisa 247 ekor dan jumlah ini kemungkinan kurang dari perkiraan, menyusul marak perburuan gajah liar untuk diambil gading dan giginya oleh pemburu liar. (2018.indonesia.wcs.org)

Untuk menjaga mamalia terbesar di Indonesia ini, Taman nasional way kambas mendirikan konservasi gajah pertama di indonesia yang secara resmi didirikan pada tahun 1985, yang di kenal dengan Pusat Latihan Gajah (PLG) Way Kambas yang ditujukan untuk mengurangi konflik antara gajah dan manusia, dengan harapan kedepannya mampu menjadi pusat konservasi gajah sumatera yang

diharapkan mampu melepas liarkan gajah yang telah berhasil dikembangkan dan pemanfaatan gajah yang berhasil dilatih untuk membantu penanganan konflik manusia dan satwa patroli pengamanan sebagai dalam rangka mendukung pengendalian kebakaran hutan. namun semakin berkembangnya pengelolaan way kambas, konservasi gajah sumatera way kambas mampu menarik wisatawan yang ingin melihat dari dekat aktivitas gajah yang telah dijinakkan oleh *mahout* (pawang gajah).

Kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tertentu berikut pemecahannya.(Rajasundaram,1981).

Berdasarkan data diatas penulis tertarik untuk membuat perancangan kampanye pelestarian gajah sumatera, Taman nasional way kambas sebagai upaya penyuluhan kepada warga sekitar untuk saling bekerjasama dalam menjaga gajah sumatera yang ada disekitar lingkungan mereka dengan harapan masalah konflik gajah dan manusia bisa berkurang dan gajah sumatera yang terancam punah bisa di lestarikan dengan baik.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dalam uraian di atas dapat diidentifikasi masalah yang ada yaitu:

- a. Gajah sumatera termasuk kategori satwa langka yang terancam punah.
- b. Belum adanya sebuah kampanye pelestarian gajah sumatera sebagai sarana informasi dan penyuluhan untuk masyarakat sekitar taman nasional way kambas tentang pentingnya konservasi gajah sumatera.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah berupa pertanyaan, yaitu:

- a. Bagaimana cara merancang kampanye pelestarian gajah sumatera ?
- b. Bagaimana cara merancang media visual kampanye ?

untuk menyampaikan informasi bahwa gajah sumatera di way kambas populasinya semakin menyempit untuk itu TNWK mengajak masyarakat lokal terutama untuk saling bersinergi demi kelestarian gajah sumatera untuk menangani konflik gajah sumatera.

### **1.2.3 Batasan Masalah**

Permasalahan akan dibatasi pada bidang yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual, terutama mengenai perancangan *campaign* pusat konservasi gajah Taman nasional way kambas. Perancangan karya ini bertujuan untuk mengkampanyekan kepada khayak umum bahwa gajah sumatera populasinya masuk daftar merah hewan langka yang terancam punah dan ditambah lagi dengan konflik gajah dan manusia yang tidak berkesudahan.

## **1.3 Ruang Lingkup**

Dalam keterkaitannya dengan studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi advertising, maka penulis menjabarkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

a. Apa

Pusat Konservasi Gajah Way Kambas adalah sekolah pertama gajah indonesia yang mempunyai tanggung jawab sosial dalam pelestarian gajah sumatera di Taman Nasional Way Kambas.

b. Siapa

Target yang dituju mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, usia 15 sampai dengan 45 tahun terutama pengguna *media social*.

c. Kapan

Penelitian dan pengumpulan data telah dilakukan sejak bulan januari 2018.

d. Dimana

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Lampung lebih tepatnya di pusat konservasi gajah sumatera, Taman Nasional Way Kambas, Lampung Timur.

e. Mengapa

Karena pusat konservasi gajah taman nasional way kambas butuh kampanye

yang menyampaikan pesan ke khalayak umum tentang terancam punahnya gajah sumatera.

f. Bagaimana

Melakukan penelitian melalui cara Observasi, Wawancara dan Analisa studi pustaka sebagai dasar perancangan kampanye, serta perancangan strategi kampanye dan strategi media visual kampanye pelestarian gajah sumatera taman nasional way kambas.

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

Perancangan kampanye ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk visual yang bersifat persuasif, agar terancang strategi kampanye dan strategi media visual kampanye yang dapat mempresentasikan pesan dari kampanye pelestarian gajah sumatera, taman nasional way kambas.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian atau metodologi adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Maka, metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. (Suryana, 2010)

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Perancangan kampanye tugas akhir ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

1. Observasi

Sebagai metode penelitian ilmiah, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, tersusun dari proses pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu gejala yang dapat diselidiki. (Sutrisno, 1992)

2. Wawancara

Mengutip tulisan dalam buku Metodologi Penelitian Visual (Soewardikoen, 2013) yang mengatakan bahwa wawancara tidak terstruktur menghasilkan data paling kaya, dan sering mengumpulkan

bukti-bukti baru yang mengejutkan, maka penulis menerapkan wawancara tidak terstruktur sebagai acuan metode wawancara.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang diterapkan secara langsung oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan data terdahulu dari pihak yang bersangkutan dengan objek penelitian.

#### b. Sumber Data Sekunder

##### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka pada perancangan kampanye ini diterapkan terhadap buku, jurnal, atau literature lainnya yang berkaitan dengan teori kampanye kreatif serta media visual kampanye, Studi pustaka merupakan sebuah proses membaca referensi untuk mengisi *frame of mind* yang bertujuan untuk dapat memperkuat sudut pandang dan kemudian meletakkannya ke dalam konteks. (Soewardikoen,2013)

### 1.5.2 Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yang digunakan oleh penulis dalam perancangan kampanye ini dengan melakukan analisis terhadap data yang diperoleh untuk dijadikan acuan dalam menghasilkan solusi perancangan kampanye pelestarian gajah sumatera, taman nasional way kambas. Berikut beberapa analisis data yang dipilih penulis untuk merancang kampanye ini, yaitu:

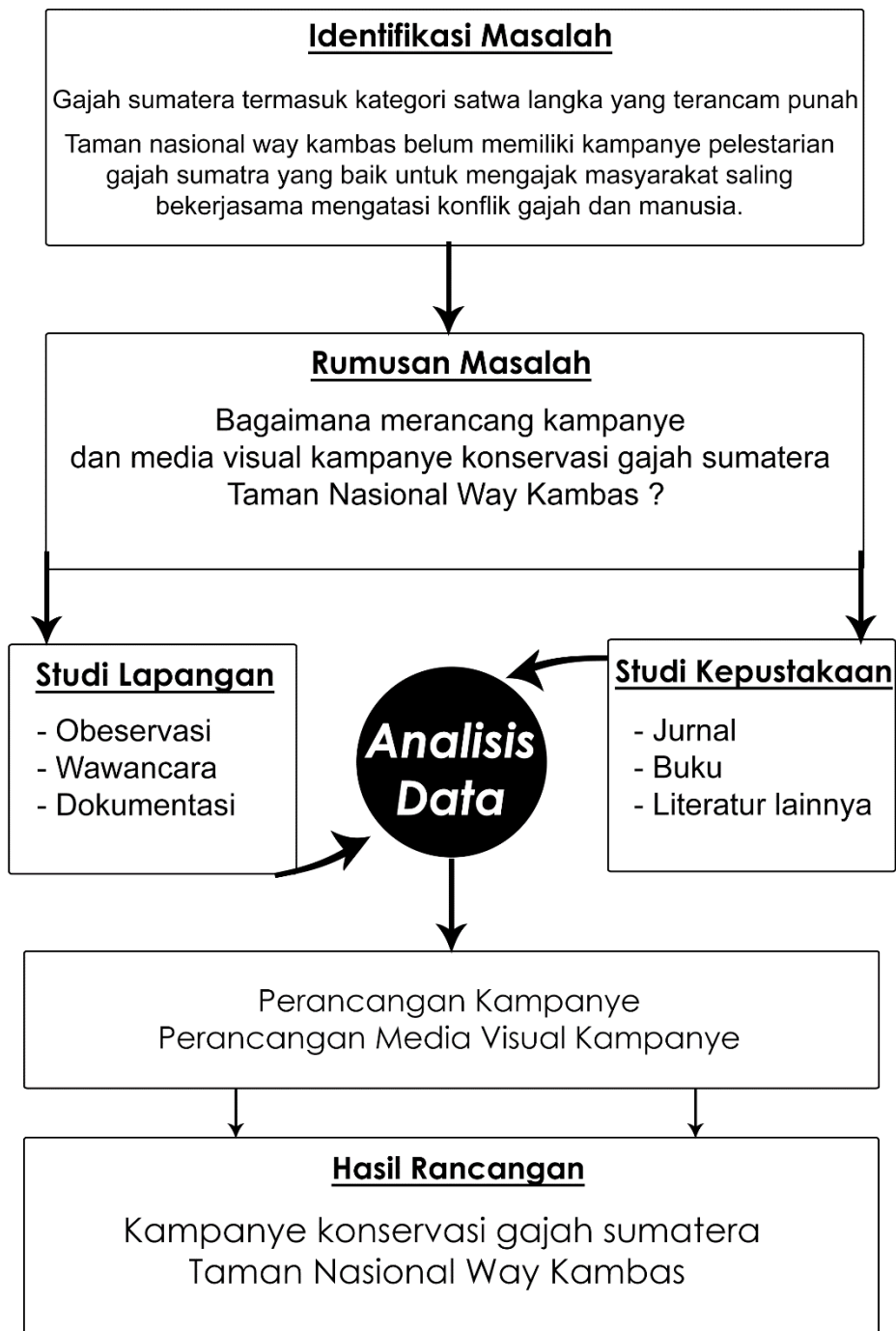
#### a. SWOT

*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* adalah metode analisis data yang diterapkan untuk mendapatkan data dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang terdapat pada objek rancangan, menurut Freddy Rangkuti (2009:18) Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan dan strategi yang tepat.

#### b. AISAS

AISAS adalah proses seorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan atau iklan (*attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*interest*) sehingga muncul keinginan untuk mencari informasi, kemudian konsumen membuat penilaian secara keseluruhan berdasarkan informasi yang dikumpulkan dan disajikan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan pendapat dan komentar dari konsumen yang telah membeli atau menggunakan produk dan jasa. Apabila berhasil, kemudian akan menjadi sebuah keputusan untuk melakukan pembelian (*action*). Setelah pembelian, konsumen akan menjadi penyampai informasi (*word of mouth*) dengan berbicara dengan orang lain atau berbagi di internet dan lingkungan sekitarnya (*sharring*). (Sugiyama dan Andree, 2011:79)

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1 1 Kerangka perancangan

Sumber: Data Pribadi

## **1.7 Pembabakan**

Masalah pada tahap pembabakan disusun dengan sistematika penulisan yang dibagi ke dalam 5 bab, yaitu:

### **a. Bab I: Pendahuluan**

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka perancangan, dan pembabakan dari perancangan atau penulisan tugas akhir ini.

### **c. Bab II: Dasar Pemikiran**

Menjelaskan tentang teori atau dasar pemikiran yang relevan sebagai landasan dalam perancangan yang berkaitan dengan objek tugas akhir.

### **c. Bab III: Data dan Analisis Masalah**

#### **1. Data**

Menguraikan berbagai data yang berkaitan dengan objek rancangan sebagai panduan dalam merancang.

#### **2. Analisis**

Menjelaskan tentang teori hasil analisis yang telah diperoleh dan dikombinasikan ke dalam data-data di atas, dengan tujuan bias menghasilkan output media promosi yang dibutuhkan oleh target pasar.

### **d. Bab IV: Konsep dan Perancangan**

Berisi tentang konsep perancangan secara keseluruhan yang terdiri dari konsep kampanye, konsep media dan konsep visual.

### **e. Bab V: Penutup**

Menjelaskan kesimpulan akhir dari perancangan yang sudah dilakukan, serta memaparkan saran dan rekomendasi.