

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Generasi muda adalah mereka yang memiliki semangat perubahan. Dalam jurnal yang berjudul *Generasi Muda dalam Era New Normal*, Nanggala menyebutkan generasi muda memiliki beberapa keunggulan dari generasi lainnya, keunggulan tersebut umumnya mengarah pada sifat kreatifitas, idealisme, serta melek terhadap teknologi (Nanggala, 2020). Kaum muda ini menjadi harapan bagi keberlanjutan kehidupan makhluk hidup di bumi. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk mencapai harapan tersebut, salah satunya adalah melalui pelestarian keanekaragaman hayati.

Keanekaragaman hayati saat ini mulai mengalami krisis. Perubahan iklim, perusakan habitat, eksploitasi flora dan fauna yang berlebihan mengakibatkan dampak buruk bagi kehidupan manusia, dan juga ekosistem yang ada di bumi. Berdasarkan hasil laporan dari *Living Planet Report 2020*, menunjukkan bahwa jumlah populasi mamalia, burung, amfibi, reptil, dan ikan mengalami penurunan rata-rata 68% dari tahun 1970 hingga 2016. Hilangnya spesies-spesies yang merupakan bagian dari keanekaragaman hayati akan mempengaruhi keseimbangan alam dan akhirnya mengganggu kehidupan umat manusia, salah satunya mengancam ketahanan pangan (WWF 2020). Akan tetapi, kesadaran tentang arti penting keanekaragaman hayati bagi kehidupan belum sepenuhnya disadari masyarakat, khususnya kaum milenial. Generasi muda yang akan hidup di masa depan maka perlu mulai menjaga ekosistemnya sejak dini agar tetap dapat menikmati keanekaragaman hayati tersebut.

Sejumlah tokoh publik, *influencer*, aktivis/pegiat dan organisasi nirlaba yang fokus terhadap lingkungan turut aktif memperjuangkan dan mendukung mengenai kebermanfaatan keanekaragaman hayati, salah satunya adalah organisasi nirlaba *World Wide Fund for Nature (WWF) Indonesia*. WWF Indonesia sebagai salah satu organisasi nirlaba yang independen hadir dengan program kampanye yang bernama '*Nature x Youth*' untuk membangun kesadaran pentingnya manfaat keanekaragaman hayati dengan mengajak generasi muda mengenali keanekaragaman hayati melalui dua hal utama dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan manfaat dari keanekaragaman hayati, yaitu makanan dan identitas budaya. Seperti yang dilansir melalui situs wwf.id/naturexyouth (2022), sebagai negara *megabiodiversity*, keanekaragaman hayati telah membentuk sendi-sendi kehidupan masyarakat Indonesia mulai dari kehidupan sehari-hari seperti makanan sampai kebudayaan yang membentuk suatu identitas suatu bangsa.

Kampanye *Nature x Youth* yang dilakukan secara digital melalui media sosial ini mengajak partisipasi relawan sebagai *Digital Activist* yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia untuk fokus pada penggunaan media sosial terutama Instagram sebagai media dalam menyebarkan isu keanekaragaman hayati. Gambar di bawah ini merupakan beberapa konten digital dari kampanye *Nature x Youth* yang dibagikan oleh *Digital Activist*.

Pada proses berjalannya kampanye tersebut dapat menarik perhatian tersendiri serta membentuk berbagai persepsi pada benak masyarakat, terutama generasi muda yang merupakan target audiens dalam kampanye tersebut. Dalam kajian ilmu komunikasi, proses persepsi memiliki peran penting terhadap bagaimana seseorang menginterpretasikan pesan yang diterima. Persepsi seseorang adalah proses bagaimana individu menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera mereka, persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran akan sebuah realita (Devito, 1997, p. 75). Realita seseorang semata-mata merupakan persepsi orang itu mengenai apa yang ada “di luar sana” – tentang apa yang terjadi. Individu bertindak berdasarkan persepsi mereka, tidak berdasarkan realitas yang objektif (Schiffman & Kanuk, 2008, p. 136). Hal serupa disampaikan oleh Cohen, persepsi merupakan interpretasi atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang terlihat mengenai apa yang ada di luar sana (Mulyana, 2016, p. 180).

Program kampanye perubahan sosial semacam ini menunjukkan hasil yang beragam. Setiap individu memiliki mekanisme yang berbeda-beda dalam mengolah informasi yang diterimanya. Dengan begitu persepsi yang terbentuk dari setiap individu akan yang berbeda pula, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Generasi Muda Indonesia Tentang Kampanye Keanekaragaman Hayati Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional”**.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

“Bagaimana Persepsi Generasi Muda Indonesia Tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana **Sensasi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional?
2. Bagaimana **Atensi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional?
3. Bagaimana **Intepretasi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun maksud dan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk Mengetahui Persepsi Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui **Sensasi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional.
2. Untuk Mengetahui **Atensi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional.

3. Untuk Mengetahui **Interpretasi** yang dialami Generasi Muda Indonesia tentang Kampanye *Nature x Youth* Oleh Organisasi Non-Pemerintah Internasional.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini, peneliti membagi menjadi dua bagian yaitu secara Teoritis dan Praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya komunikasi dalam lingkup psikologi komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama berkuliah.

2. Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan program studi Ilmu Komunikasi sebagai literatur dan referensi bagi yang memerlukan atau penelitian yang serupa.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan umum untuk memperluas wawasan masyarakat mengenai Kampanye *Nature x Youth* yang dilakukan oleh organisasi non-pemerintah internasional, yaitu WWF Indonesia.