

Laporan Pengantar Tugas Akhir
PERANCANGAN PERSUASI SOSIAL TENTANG
KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA MELALUI MEDIA
POSTER

19106/ Tugas Akhir
Semester II 2021/2022

Oleh:
Rizky Ramadhan
NIM. 51918099
Program Studi Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2022

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN PERSUASI SOSIAL TENTANG KELESTARIAN
MACAN TUTUL JAWA MELALUI MEDIA POSTER**

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Tugas Akhir

pada:

(2 September 2022)

Menyetujui,

Pembimbing



Deni Albar, S.Sn., M.Ds.

NIP. NIP 4127 32 06 013



Assoc. Prof. Dr. Ir. Lia Warlina, M.Si.

NIP. NIP 4127 70 17 006



Dr. Kankan Kasmana, S.Sn., M.Ds.

NIP. NIP 4127 32 06 010

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rizky Ramadhan

NIM : 51918099

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa karya beserta Laporan Tugas Akhir ini adalah benar merupakan hasil karya perancangan sendiri dan bukan duplikasi dari hasil karya perancangan orang lain.

Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, 2 September 2022

Materai
Rp.0.000

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan tugas akhir. Laporan yang telah penulis selesaikan berjudul **“PERANCANGAN PERSUASI SOSIAL TENTANG KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA MELALUI MEDIA POSTER”** sebagai prasyarat kelulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Komputer Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Pengantar Tugas Akhir ini tidak lepas dari berbagai bantuan serta do'a dari semua pihak. Maka penulis mengucapkan sebesar-besarnya kepada

1. Prof. Dr. Ir. H Eddy Soeryanto Soegoto, M.T. selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Assoc. Prof. Dr. Ir. Lia Warlina M.Si., selaku Dekan Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia.
3. Dr. Kankan Kasmana, S.Sn., M.Ds. selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.
4. Deni Albar, S.Sn., M.Ds. selaku koordinator dan dosen pembimbing mata kuliah Tugas Akhir di Program Studi Desain Komunikasi Visual UniversitasKomputer Indonesia.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Demikian yang dapat penulis sampaikan, saya ucapkan terima kasih.

Bandung, 21 Agustus 2022

Penulis,

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

ABSTRAK

PERANCANGAN PERSUASI SOSIAL TENTANG KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA MELALUI MEDIA POSTER

oleh:

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

Desain Komunikasi Visual

Macan tutul Jawa menjadi satwa endemik yang hanya bisa ditemukan di pulau Jawa dan beberapa pulau sekitarnya. Macan tutul Jawa menjadi puncak rantai makanan tertinggi dan terakhir yang tersisa di seluruh hutan Jawa yang kini populasinya kian menurun karena alih fungsi lahan, aktivitas perburuan hingga perdagangan satwa liar terutama konflik dengan masyarakat sekitar habitat macan tutul Jawa dan menjadi tekanan yang mendesak populasi macan tutul itu menurun. Seringkali macan tutul berkonflik dengan masyarakat sekitar habitat macan tutul dan masyarakat lebih khawatir bagaimana jika macan tutul menyerang hewan ternak mereka. Terlebih lagi masyarakat yang bekerja di perkebunan dan peternakan memiliki potensi tinggi untuk berkonflik dengan macan tutul. Dalam hal ini, perancangan persuasi dalam bentuk kampanye sosial mengenai kelestarian macan tutul Jawa melalui media poster sebagai solusi menjangkau masyarakat sekitar habitat macan tutul Jawa sehingga diharapkan meredakan konflik masyarakat dengan macan tutul Jawa yang mana dengan perancangan ini masyarakat menambah kesadaran dan kepedulian terhadap macan tutul Jawa yang statusnya kini terancam punah.

Kata Kunci : *Dilindungi, Desain, kampanye, Perancangan, Macan Tutul, Poster*

ABSTRACT

DESIGN OF SOCIAL PERSUASION ON THE CONSERVATION OF THE JAVA LEOPARD THROUGH POSTER MEDIA

by :

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

Study Programme Visual Communication Design

The Javan leopard is an endemic animal that can only be found on the island of Java and several surrounding islands. The Javan leopard is the top of the highest and last food chain remaining in all of Java's forests, whose population is now decreasing due to land conversion, hunting activities to wildlife trade, especially conflicts with communities around the Javan leopard's habitat and are the pressure that pushes the leopard population. decrease. Often leopards come into conflict with the community around the leopard's habitat and people are more worried about what if the leopard attacks their livestock. Moreover, people who work on plantations and livestock have a high potential for conflict with leopards. In this case, the design of persuasion in the form of a social campaign regarding the preservation of the Javan leopard through poster media as a solution to reach the community around the habitat of the Javan leopard so that it is expected to reduce community conflicts with the Javan leopard in which with this design the community increases awareness and concern for the Javan leopard. whose status is now threatened with extinction.

Keywords: *Protected, Design, campaign, Design, Leopard, Poster*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	3
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan Dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancang.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA & OPINI MASYARAKAT	6
II.1.1 Kelompok Hewan-Hewan	6
II.1.2. Pengertian Konservasi	7
II.1.3 Status Konservasi IUCN	7
II.1.4 Status Perdagangan satwa CITES.....	9
II.1.5 Konservasi melalui hukum Republik Indonesia.....	10
II.2.1 Kelompok Hewan Kucing Besar	12
II.2.2 Profil Macan Tutul Jawa.....	14
II.2.3 Nama Panggilan Macan Tutul	14
II.2.4 Deskripsi Fisik	14
II.2.5 Klasifikasi Macan Tutul Jawa	15
II.2.6 Jenis Macan Tutul.....	15

II.2.7 Penyebaran Dan Habitat Macan Tutul Jawa.....	18
II.2.8 Habitat Macan Tutul Jawa.....	19
II.2.9 Perilaku Macan Tutul Jawa	20
II.2.10 Makanan dan Mangsa	21
II.2.11 Fungsi Macan Tutul Jawa untuk Ekosistem Hutan	22
II.2.12 Populasi Macan Tutul Jawa Di Jawa Barat	23
II.2.13 Ancaman Terhadap Populasi Macan Tutul Jawa	23
II.3.1 Pendapat Masyarakat Saat ini terhadap Macan Tutul Jawa	25
II. 3.2 Pendapat Ahli	27
II.4. Resume	28
II.5. Solusi Perancangan.....	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	29
III.1 Khalayak Sasaran	29
III.1.1 Demografis.....	29
III.1.2.Geografis	29
III.1.3 Psikografis	30
III.1.4 Consumer Journey.....	30
III.1.5 Consumer Insight	32
III.2. Strategi Perancangan	32
III.2.1 Tujuan Komunikasi	33
III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Verbal.....	34
III.2.2 2 Pendekatan Komunikasi Visual	34
III.2.3 Mandatory	35
III.2.3.1 Logo Kampanye	35
III.2.3.1 Logo Kampanye	35
III.2.4 Materi Pesan.....	35
III.2.5 Gaya Bahasa.....	36
III.2.6 Strategi Keratif	36
III.2.7 Copywriting.....	37
III.2.7.2 Visualisasi	37
III.2.8 Strategi Media	37

III.2.8.1 Media Utama.....	37
III.2.8.2 Media Pendukung.....	38
III.2.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran.....	43
III.3.1 Format Desain	48
III.3.2 Tata Letak.....	45
III.3.3 Tipografi.....	45
III.3.4 Ilustrasi	47
III.3.5 Warna	51
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	52
IV.1.1. Tahap Pra-Produksi.....	52
IV.1.2. Tahap Produksi	53
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi	57
IV.2. Media Utama.....	58
IV.3. Media Pendukung	62
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
V.1. Kesimpulan.....	70
V.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Macan Tutul	1
Gambar II. 1 Logo IUCN Red List	7
Gambar II. 2 Diagram Status Konservasi IUCN Red List	8
Gambar II. 3 Logo Cites.....	9
Gambar II. 1 Singa	12
Gambar II. 2 Harimau	12
Gambar II. 3 Macan Tutul	13
Gambar II. 4 Cougar	13
Gambar II. 5 Macan Tutul	16
Gambar II . 6 Macan Kumbang.....	16
Gambar II . 7 Macan Tutul Salju.....	17
Gambar II . 8 Cheetah.....	17
Gambar II . 9 Jaguar.....	18
Gambar II. 10 Peta indikasi sebaran macan tutul Jawa di Provinsi Jawa Barat....	19
Gambar II. 11 Peta Habitat Macan Tutul Jawa di Provinsi Jawa Barat.	20
Gambar II. 12 Macan Tutul.....	21
Gambar II. 13 Proses evakuasi macan tutul yang ditemukan terluka di Ciwidey.	24
Gambar II. 14 Wawancara Petugas PT. Kareumbi Farm	25
Gambar III. 1 Referensi Visual	34
Gambar III. 2 Logo BKSDA JABAR	35
Gambar III. 3 Logo Logo Kampanye.....	35
Gambar III. 4 Contoh Poster	38
Gambar III. 5 Contoh Flyer.....	39
Gambar III. 6 Contoh Brosur	39
Gambar III. 7 Contoh X-Banner	40
Gambar III. 8 Contoh Baliho.....	40
Gambar III. 9 Contoh T-shirt	41
Gambar III. 10 Contoh Gantungan Kunci.....	41
Gambar III. 11 Contoh Stiker.....	42
Gambar III. 12 Contoh Mug.....	42
Gambar III. 13 Contoh Topi.....	43

Gambar III. 1 Format Desain	44
Gambar III. 2 Tata Letak.....	45
Gambar III. 3 Another Danger.....	46
Gambar III. 4 Anton.....	46
Gambar III. 5 Montserrat Family	46
Gambar III. 6 Macan Tutul Bersantai	47
Gambar III. 7 Macan Tutul Waspada.....	48
Gambar III. 8 Macan Tutul Mengaum	48
Gambar III. 9 Macan Tutul Bengahadap Belakang	49
Gambar III. 10 Hewan Ternak Domba.....	49
Gambar III. 11 Hewan Ternak Ayam.....	50
Gambar III. 12 Kancil Mangsa Macan Tutul	50
Gambar III. 13 Kancil Mangsa Macan Babi	51
Gambar III. 14 Ilustrasi Flat Design.....	51
Gambar III. 15 Warna	52
Gambar IV. 1 Referensi Visual.....	53
Gambar IV. 2 Mind Mapping.....	54
Gambar IV. 3 Outline Ilustrasi	55
Gambar IV. 4 Warna Ilustrasi	55
Gambar IV. 5 Ilustrasi Final.....	56
Gambar IV. 6 Proses Merancang Poster	57
Gambar IV. 7 Proses Merancang Poster	58
Gambar IV. 1 Poster Jangan berburu	59
Gambar IV. 2 Poster Jangan Berburu.....	60
Gambar IV. 3 Poster Menggunakan Topeng.....	60
Gambar IV. 4 Poster Tips Bertemu Macan Tutul	61
Gambar IV. 5 Poster Kelestarian.....	61
Gambar IV. 6 Poster Peringatan Hewan Ternak	62
Gambar IV. 7 Poster Event	62
Gambar IV. 1 Konten Facebook	63
Gambar IV. 2 Baliho	64
Gambar IV. 3 Brosur.....	64

Gambar IV. 4 Stiker	64
Gambar IV. 5 Gantungan.....	65
Gambar IV. 6 X-Banner.....	66
Gambar IV. 7 Chainflag.....	67
Gambar IV. 8 Mug	67
Gambar IV. 9 Topi	68
Gambar IV. 10 T-Shirt	69

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Ukuran rata-rata tubuh macan tutul Jawa.....	14
Tabel II.2. Makanan macan tutul Jawa	22
Tabel II.3. Perkiraan Populasi Macan Tutul Jawa	23
Tabel II.4. Kasus konflik macan tutul Jawa dengan manusia di Jawa Barat	25
Tabel III.1 Consumer journey generasi muda antara umur 25-40 tahun	30
Tabel III.2 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Sketsa Perancangan.....	75
Lampiran B. Surat pernyataan Publikasi.....	77
Lampiran C. Kontak Penulis Dan Kontributor Perancangan	78
Lampiran D. Riwayat Hidup	79

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki aneka satwa langka yang hanya bisa ditemukan di wilayah tertentu. Setiap daerah dianugerahi keanekaragaman satwa yang berbeda dan ada pula satwa yang hanya terdapat di daerah tersebut. Di beberapa daerah memiliki satwa unik yang berbeda sebagai contoh Komodo yang terdapat di pulau – pulau sekitar Nusa Tenggara Timur, lalu Cendrawasih botak satwa endemik yang ada di pulau Papua dan memiliki sebutan *Birds of Paradise* dan lalu yang hanya dapat ditemukan di pulau Jawa yaitu, macan tutul Jawa. Macan tutul Jawa merupakan kucing besar terakhir sekaligus satwa endemik besar di pulau Jawa setelah harimau Jawa dinyatakan punah pada 1970-an (Wilting dkk. 2016).



Gambar I. 1 Macan Tutul
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dahulu macan tutul Jawa dianggap sebagai simbol kemakmuran namun berbanding terbalik menjadi konflik di masyarakat. Seringkali masyarakat lebih khawatir bagaimana jika macan tutul menyerang hewan ternak mereka. Sementara satwa langka ini menjadi predator terbesar yang di pulau Jawa, populasinya terus menurun karena kebutuhan *deforestasi* seperti alih fungsi lahan menjadi lahan pertanian, perkebunan, peternakan, atau permukiman menjadikan tekanan bagi habitat macan tutul itu sendiri, lalu kegiatan perburuan hingga perdagangan satwa liar yang menjadi mangsa macan tutul Jawa diburu menjadikan satwa tersebut sulit memiliki mangsa untuk diburu.

Selain kehilangan habitat, masalah yang juga dihadapi dalam konservasi atau pelestarian Macan Tutul Jawa yaitu konflik dengan manusia. Menurut Pusat Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Pesatnya perkembangan populasi manusia dan pertumbuhan ekonomi mengakibatkan *deforestasi*, pembukaan lahan baru untuk kepentingan pertanian, peternakan dan kepentingan lainnya memicu macan tutul keluar dari hutan mengakibatkan berkeliaran di sekitar pemukiman masyarakat. Potensi terjadinya konflik Macan Tutul Jawa dengan manusia rentan terjadi. Konflik yang berujung pada pembunuhan satwa langka ini disebabkan oleh penyerangan terhadap ternak masyarakat. Berdasarkan data laporan Dinas Kehutanan menyebutkan beberapa kasus yang terjadi di Provinsi Jawa Barat diantaranya di kawasan Perhutani di Cianjur Sukabumi serta gunung Garut Selatan, gunung Kapur Pandeglang, gunung Gede Pangrango, gunung Halimun Salak, dan gunung Sawal

Ancaman lain juga dapat membahayakan bagi Macan Tutul Jawa yaitu perburuan liar, salah satunya kasus di kawasan Pegunungan Sanggabuana, melalui Sanggabuana *wildlife expedition* yang dilakukan oleh komunitas pendaki gunung oleh salah satu fotografer yang pernah memergoki seorang pemburu memasuki pegunungan Sanggabuana dan pernah dipergoki oleh Salah satu tentara memberi para ekspedisi laporan bertemu pemburu yang habis nembak macan tutul (Awaluddin 2020). Beberapa kasus perburuan dan perdagangan ilegal yang diliput media diantaranya kasus perdagangan potongan tubuh hewan yang terungkap di pusat Kota Bandung oleh BBKSDA Jawa Barat (Apriando 2015). Perburuan bukan hanya terjadi satwa langka ini namun pada mangsa macan tutul akibatnya menimbulkan reaksi berantai dimana macan yang kehilangan buruannya kemudian akan turun ke pemukiman masyarakat untuk memakan hewan ternak.

Secara nasional sendiri macan tutul dilindungi melalui Peraturan KLHK No. P.56/Menlhk/ Kum.1/ 2016 tentang rencana aksi konservasi macan tutul Jawa 2016 sampai 2026. Sementara itu sebagai salah satu upaya dalam melestarikan satwa endemik tersebut, lalu pada 2005 didaulat sebagai identitas provinsi Jawa Barat melalui keputusan gubernur Jabar Nomor 27/2005, yang menetapkan satwa langka ini sebagai identitas provinsi yang menggantikan badak Jawa (*Rhinoceros*

sondaicus) tujuan penetapan ini adalah untuk mengenalkan Macan Tutul Jawa kepada masyarakat.

Saat ini sudah ada yang membahas mengenai Macan Tutul Jawa, baik dalam bentuk artikel, video mengenai satwa itu sendiri ataupun buku tentang satwa liar. Namun media yang membahas ajakan pelestarian Macan Tutul Jawa melalui media video masih sedikit dan hanya ditemukan di sosial media yang membahas konten Macan Tutul Jawa yang dilakukan oleh yayasan, organisasi atau aktifis satwa liar pada platform Instagram dan Facebook.

Karena status macan tutul yang dilindungi dan terancam punah kemudian masih ada konflik antara masyarakat sekitar habitat satwa yang dilindungi serta pemburu liar pada satwa yang dimangsa macan tutul yang mengakibatkan mangsa macan tutul berkurang. Maka dari itu pentingnya perancangan persuasi sosial yang diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat dalam bentuk kampanye sosial mengenai macan tutul Jawa dengan penelitian ini, diharapkan masyarakat menjadi lebih mengetahui kondisi macan tutul di habitatnya dan tergugah hatinya untuk lebih peduli lagi kepada macan tutul dengan sikap peduli tersebut, diharapkan populasi macan tutul Jawa meningkat dan tidak lagi terancam punah sehingga generasi masyarakat Indonesia masih bisa melihat dan mengenal macan tutul Jawa secara langsung.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka memiliki beberapa masalah yang berkaitan dengan macan tutul Jawa yaitu:

- Perburuan dan penurunan kawasan hutan sebagai habitat macan tutul Jawa menyebabkan penurunan populasi satwa endemik tersebut.
- Kebutuhan *deforestasi* seperti pertanian, perkebunan, peternakan, atau permukiman menjadi ancaman habitat macan tutul.
- Terjadinya konflik pada masyarakat yang lebih khawatir jika macan tutul menyerang hewan ternak mereka.
- Media yang membahas ajakan pelestarian macan tutul Jawa masih sedikit.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari identifikasi masalah, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai adalah “Bagaimana cara meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kondisi macan tutul Jawa yang terancam punah?”

I.4. Batasan Masalah

Agar tidak adanya pelebaran masalah yang lebih luas, maka diperlukan perlukan batasan agar perancangan lebih terarah dalam mencapai tujuan perancangan. Adapun batasan masalah sebagai berikut:

- Objek : Perancangan ini fokus membahas macan tutul Jawa yang sekarang kondisinya habitatnya terjadi penurunan.
- Subjek : Lebih ditekankan pada warga sekitar habitat macan tutul Jawa hal ini karena masyarakat memiliki konflik dengan macan tutul Jawa.
- Tempat : Perancangan ditunjukkan pada wilayah kawasan sekitar habitat macan tutul Jawa.

I.5. Tujuan Dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan agar masyarakat menjadi lebih mengetahui kondisi macan tutul Jawa dan menurunkan potensi konflik dengan satwa yang dilindungi ini sehingga populasi Macan Tutul Jawa tetap terjaga yang diharapkan tidak terjadi penurunan populasi.

I.5.2. Manfaat Perancangan

A. Manfaat Praktis

- Bagi Masyarakat

Manfaat perancangan supaya masyarakat menjadi lebih peduli lagi kepada macan tutul Jawa dan mengetahui menghindari konflik dengan macan tutul sehingga tidak terjadi konflik lagi.

- **Bagi Perancang**

Dapat mempraktikkan keilmuan dan pengalaman desain komunikasi visual melalui media perancangan yang dibuat.

B. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan baru mengenai perancangan persuasi sosial terkait macan tutul Jawa serta menambah wawasan dan bertambahnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap satwa yang terancam punah.

BAB II. KELESTARIAN MACAN TUTUL JAWA & OPINI MASYARAKAT

II.1. 1 Kelompok Hewan-Hewan

Bumi ini dihuni oleh keanekaragaman hewan, dimulai hewan yang ramah dan lucu seperti kucing dan anjing hingga yang mengerikan seperti macan dan singa sebagai satwa yang memegang puncak rantai makanan di alam liar. Menurut (Kathryn & Turner 2013) Hewan dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- **Hewan Peliharaan**

Hewan peliharaan bersifat jinak yang ramah untuk dipelihara sebagai teman bermain. Tidak hanya itu terkadang hewan yang peliharaan sangat berguna untuk kehidupan manusia seperti menjaga keamanan rumah atau sebagai pemandu jalan bagi penyandang tuna netra.) Beberapa contoh hewan yang dapat dipelihara. yaitu anjing, kucing, kelinci, dan ikan.

- **Hewan Ternak**

Hewan ternak mirip seperti hewan peliharaan sifatnya jinak dan sama – sama dipelihara oleh manusia, tetapi kebutuhannya berbeda hewan ternak sengaja di kembangbiakan sebagai kebutuhan konsumsi dan membantu kebutuhan pertanian seperti membajak sawah atau hewan ternak juga dapat diperjual belikan. Beberapa contoh hewan yang dapat dternakan dan bagian tubuhnya dapat diperjualbelikan seperti, ayam dan bebek yang dapat dijual daging atau telurnya lalu sapi dan domba yang di jual daging, kulit, dan susu.

- **Hewan Buas**

Hewan Buas atau satwa liar ini sangat berbeda karena sifatnya tidak ramah dan jinak sehingga tidak bisa dimiliki secara perorangan walaupun ada beberapa selebriti di Indonesia yang memelihara hewan buas namun itu tidak bisa dijadikan contoh untuk dipelihara dan harus di tangan yang ahli serta hukum yang jelas untuk dapat memelihara hewan buas agar tindakan memelihara hewan buas tidak ilegal. Hewan buas ini hidup bebas di alam liar, yang ada di laut, hutan seperti singa, paus, kijang, babi hutan dan macan. Banyak hewan buas yang hampir punah karena alih fungsi hutan dan pemburu liar. Sebagai penanggulangan hal tersebut hewan buas tersebut berada di wilayah konservasi

yang tidak agar hewan buas yang terancam punah dapat dipantau dan lestari dan terjaga juga dari pemburu liar.

II.1.2. Pengertian Konservasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI 2022), konservasi merupakan pemeliharaan dan perlindungan sesuatu secara teratur untuk mencegah kerusakan dan kemusnahan dengan jalan mengawetkan, pengawetan, dan pelestarian.

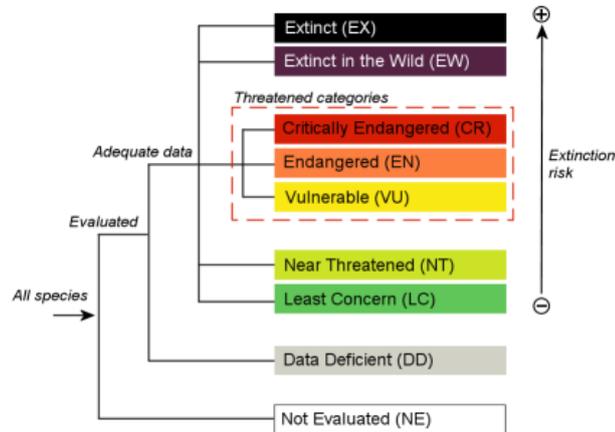
Di Dalam lingkup pelestarian satwa, konservasi dapat diartikan sebagai upaya untuk melestarikan keberadaan satwa tersebut agar keberadaannya tetap terjaga dan tidak punah sehingga terhindar dari ancaman pemburu atau hal lainnya. Penetapan status konservasi suatu spesies mengacu pada status yang digunakan secara internasional dan nasional sesuai hukum di Indonesia.

II.1.3. Status Konservasi IUCN



Gambar II. 1 Logo IUCN Red List
Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/IUCN_Red_List

International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources atau dapat disingkat IUCN adalah organisasi yang mempunyai wewenang secara internasional menetapkan status konservasi suatu spesies satwa yang ada di seluruh dunia. IUCN sendiri mengeluarkan daftar status konservasi satwa di seluruh dunia, yaitu IUCN Red List.



Gambar II. 2 . Diagram Status Konservasi IUCN Red List

Sumber: <https://kkp.go.id/djpsdkp/ditppsdk/artikel/2785-kabar-terbaru-dari-ikan-pari-mobula>

Status konservasi makhluk hidup dari IUCN dibagi kedalam sembilan kategori.

Berikut ini adalah keterangan status dari kategori yang dimaksud :

1. *Extinct* (EX) dalam bahasa Indonesia : punah
Satwa yang sudah dinyatakan punah, memiliki bukti kepunahannya dan memiliki keterangan hingga satwa terakhir yang telah mati.
2. *Extinct in The Wild* (EW) dalam bahasa Indonesia : punah di alam liar
Status dengan spesies punah di alam liar tetapi ditemukan dilingkungan di luar habitat alami spesies tersebut.
3. *Critically Endangered* (CR) dalam bahasa Indonesia : terancam punah.
Macan tutul memiliki status ini yang memiliki potensi sangat tinggi untuk mengalami kepunahan dikarenakan habitatnya mengalami penurunan.
4. *Endangered* (EN) dalam bahasa Indonesia : terancam.
Satwa yang memiliki potensi tinggi akan mengalami kepunahan di masa mendatang. Biasanya populasinya sedikit. Contoh : Banteng Jawa dan Bekantan.
5. *Vulnerable* (VU) dalam bahasa Indonesia : Rentan.
Satwa yang rentan akan kepunahan di masa yang mendatang.

6. *Near Threatened* (NT) dalam bahasa Indonesia : Mendekati Terancam
Satwa yang memiliki potensi terancam, namun belum dikualifikasi sebagai terancam.
7. *Least Concern* (LC) dalam bahasa Indonesia : berisiko rendah.
Satwa yang memiliki status dengan keterangan tidak terancam.
8. *Data Deficient* (DD) dalam bahasa Indonesia : kurang data.
Satwa yang yang tidak memiliki kualifikasi karena kekurangan data
9. *Not Evaluated* (NE) dalam bahasa Indonesia : belum dievaluasi.
Satwa yang tidak memiliki kriteria yang sudah ditetapkan.

Macan tutul Jawa dimulai pada tahun 1978 telah dimasukkan ke dalam status *Red list* IUCN dengan status rentan, statusnya kemudian turun di tahun tahun 1988 menjadi mendaki terancam, kemudian naik lagi di tahun 1994 menjadi rentan, pada tahun 1996 statusnya naik lagi menjadi terancam dan pada tahun 2008 statusnya menjadi terancam punah. Dalam lingkup nasional macan tutul Jawa merupakan salah satu spesies prioritas dari 25 spesies lain di Indonesia.

II.1.4 Status Perdagangan satwa CITES

CITES kepanjangan dari The Convention on International Trade in Endangered Species yang merupakan perjanjian internasional yang memastikan perdagangan flora dan fauna tidak mengakibatkan dampak bagi kelangsungan hidup spesies itu. Indonesia menjadi pihak yang mengikuti perjanjian dan bagian anggota CITES 181 negara lainnya.



Gambar II. 3 Logo Cites

Sumber: https://cites.org/eng/gallery/species/cites_logo.html

CITES juga menentukan status satwa untuk mengawasi perdagangan flora dan fauna antara sebuah negara. Bagian dari anggota CITES wajib menunjuk otoritas

untuk mengawasi dan mengelola perdagangan flora dan fauna. CITES menyusun tiga kategori terhadap spesies-spesies yang diatur perdagangannya, yaitu:

- *Appendix 1*
Flora dan fauna yang terancam punah. Perdagangan terhadap spesies ini hanya diperbolehkan jika keadaan tertentu.
- *Appendix 2*
Meliputi satwa yang tidak terancam punah, namun perdagangannya harus awasi untuk menghindari yang membahayakan kelangsungan hidupnya.
- *Appendix 3*
Meliputi spesies yang dilindungi oleh paling sedikit satu negara dan pihak tersebut meminta bantuan CITES untuk mengendalikan perdagangannya.

Perburuan liar dan perdagangan gelap ini menjadi ancaman langsung yang membahayakan kelangsungan hidup macan tutul Jawa dan dalam status CITES macan tutul berada pada status Appendix 1. Perburuan tidak dibolehkan termasuk pada satwa macan tutul itu juga segala bentuk perdagangan tidak diperbolehkan

II.1.5 Konservasi melalui hukum Republik Indonesia

Status konservasi satwa yang dikeluarkan pemerintah terdiri dari dua yaitu hewan dilindungi dan hewan tidak dilindungi. Hal ini tertuang dalam peraturan pemerintah yang merupakan mandat bagi upaya konservasi dan pengelolaan flora, fauna serta habitatnya. Perlindungan yang dimaksud tertuang dalam peraturan pemerintah serta undang-undang sebagai berikut:

- P. 106/MENLHK/2018 macan tutul sebagai satwa dilindungi, bahkan sebagai satu dari 25 satwa prioritas yang ditingkatkan populasinya.
- UU No.5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya
- UU No.41 Tahun 1999 sebagaimana diubah dg UU 19 Tahun 2004 tentang Kehutanan Pasal 6-7, 46-48,50-51
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1999 tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa
- Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pemanfaatan Jenis

Tumbuhan dan Satwa Liar

- PP No. 28 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam
- KLHK No P.56/Menlhk/Kum.1/2016 tentang strategi dan rencana aksi konservasi macan tutul Jawa 2016-2026.
- Peraturan Menteri Kehutanan Nomor 57 Tahun 2008 tentang Arahan Strategis Konservasi Spesies Nasional
- Peraturan Menteri Kehutanan Nomor 31 Tahun 2012 tentang Lembaga Konservasi Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 355/Kpts-II/2003 tentang Penandaan Spesimen Tumbuhan dan Satwa Liar
- Keputusan Direktur Jenderal PHKA Nomor 35/IV-KKH/2004 tentang Penandaan Jenis Tumbuhan dan Satwa Liar Dilindungi
- SK No. 447/Kpts-II/2003 tentang Tata Usaha Pengambilan atau Penangkapan dan Peredaran Tumbuhan dan Satwa Liar

Pemerintah Republik Indonesia menetapkan kawasan konservasi untuk menunjang kelestarian flora dan fauna tersebut. Kawasan tersebut dibagi menjadi dua jenis yaitu:

- **Konservasi in situ**

Konservasi in situ adalah usaha untuk melestarikan suatu jenis satwa di dalam habitat aslinya. Konservasi jenis ini ditekankan pada suatu jenis satwa di habitat aslinya tetap terpelihara. Pelestarian in situ dilakukan di tempat-tempat yang telah dilindungi oleh pemerintah. Contohnya pelestarian Komodo di Taman Nasional Pulau Komodo.

- **Konservasi ex situ**

Sedangkan konservasi ex situ dilakukan terhadap suatu jenis satwa di luar habitatnya. Pengelolaan tersebut dilakukan dengan area pemeliharaan, pengembangbiakan/penangkaran, rehabilitasi, dan penelitian. Konservasi ex situ berfungsi sebagai breeding stock jika dikemudian hari terjadi kondisi seperti kepunahan suatu satwa. Contoh : Taman Safari Indonesia I Cisarua-Bogor

II.2.1 Kelompok Hewan Kucing Besar

Kucing besar ini bukan merujuk pada jenis hewan tertentu, tapi yang membedakan ukurannya yang lebih besar dari kucing pada umumnya dilihat dan berikut adalah kucing besar lainnya.

1. Singa



Gambar II.1 Singa
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Singa atau yang biasa diketahui sebagai raja hutan merupakan hewan pemakan daging yang mempunyai nama latin *Panthera leo*, Jangka hidup sampai 10-15 tahun di habitat aslinya, tapi jika hidup di konservasi bisa memiliki hidup yang panjang lebih dari 20 tahun (Bilhaq 2020).

2. Harimau



Gambar II. 2 Harimau
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian harimau kucing besar setelah singa dan kucing yang tercepat setelah Cheetah. Satwa ini merupakan karnivora terbesar ketiga setelah beruang kutub dan beruang coklat. Harimau biasanya akan berburu kancil, rusa, atau kijang, sebagai mangsanya. (Bilhaq 2020).

3. Macan Tutul



Gambar II. 3 Macan Tutul
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Macan tutul mempunyai nama latin *Panthera pardus* yang merupakan salah satu anggota kucing besar juga termasuk dalam *family felidae*. Pesebaran macan tutul di daerah benua Asia dan Afrika. (Bilhaq 2020).

4. Cougar



Gambar II. 4 Cougar
Sumber: <https://wallpaperaccess.com/mountain-lion>

Cougar atau dikenal secara umum puma dengan nama latin latin *Puma concolor* yang merupakan singa gunung yang ditemukan di benua Amerika, puma mempunyai DNA lebih dekat dengan kucing dari pada singa. (Bilhaq 2020).

II.2.2. Profil Macan Tutul Jawa

Setelah harimau Jawa dinyatakan punah, Macan tutul Jawa menjadi puncak rantai tertinggi di Pulau Jawa. Macan tutul juga disebut macan kumbang dengan nama latin *Panthera pardus melas* dan tergabung dalam keluarga *Felidae*, satwa ini hanya dapat ditemukan di Pulau Jawa dan hanya ditemukan di pulau sekitarnya yaitu di pulau Nusa Kambangan, pulau Sempu, lalu terakhir di pulau Kangean (Jawa Timur) (Gunawan 2010).

II.2.3 Nama Panggilan Macan Tutul

Macan tutul Jawa memiliki nama panggilan yang berbeda di setiap daerahnya. Macan tutul di Jawa dengan sebutan *seruni*, *kumbang*, *gogor*, *bungba*, *pogo* dan *sima*. Lalu di daera Jawa Barat disebut *meong hideung*, *meong krut*, *rimau lalat*, *kerud*, dan tutul. Nama nama yang paling umum digunakan seluruh nusantara adalah Macan tutul atau macan kumbang (Gunawan 2010).

II.2.4 Deskripsi Fisik

Macan tutul Jawa memiliki fisik yang berbeda dapat dibedakan melalui ukuran tubuhnya maupun jantan atau betina. Ukuran tubuh macan tutul jantan secara umum berkisar 20–40% lebih besar daripada betina. Ukuran macan tutul yang tersebar di Pulau Jawa dapat dilihat tabel di bawah:

Tabel II.1. Ukuran rata-rata tubuh macan tutul Jawa
Sumber: (Gunawan 2010)

Jenis Kelamin	Panjang Total*cm	Tinggi (cm)	Berat (kg)
Jantan	215	60-65	52
Betina	185	60-65	39

Macan tutul di Indonesia memiliki kondisi tubuh yang cenderung kecil dari kebanyakan spesies macan lain di dunia. Satwa ini juga juga memiliki cakar seperti kucing yang dapat ditarik masuk, bentuk kukunya berkait dan tajam yang dapat memudahkan menangkap dan merobek daging mangsanya ataupun memungkinkannya untuk memanjat pohon dengan mudah. Untuk menjaga ketajaman kukunya macan tutul mencakar batang kayu untuk membuka lapisan luar kukunya (Gunawan 2010).

II.2.5 Klasifikasi Macan Tutul Jawa

Macan tutul adalah salah satu jenis kucing besar dari *genus Panthera* dalam *famili Felidae*, berdasarkan analisis taksonomi modern ada delapan atau sembilan *sub spesies*, salah satunya *Panthera pardus melas Melas* yang hanya terdapat beberapa pulau Jawa dan pulau kecil disekitarnya. 14 Berdasarkan aturan taksonomi, urutan takson macan tutul Jawa menurut Vaughn, seperti dikutip (Gunawan 2010) yaitu:

- *Kingdom* : *Animalia*
- *Phylum* : *Chordata*
- *Subphylum* : *Vertebrata*
- *Class* : *Mamalia*
- *Ordo* : *Carnivora*
- *Famili* : *Felidae*
- *Genus* : *Panthera*
- *Species* : *Panthera pardus (Linnaeus, 1758)*
- *Sub Species* : *Panthera pardus melas (Cuvier, 1809)*

II.2.6 Jenis Macan Tutul

Macan tutul memiliki jenis yang berbeda namun masih sama di keluarga *Felidae* dan kemudian di kelompokkan kembali menjadi *genus Panthera* yang dinamai dan dijelaskan oleh Lorens Oken pada tahun 1816 yang mengelompokkan kucing berbintik. Berikut adalah macan yang memiliki pola bintik atau tutul pada tubuhnya.

1. Macan Tutul



Gambar II. 5 Macan Tutul
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesies macan tutul ini *Panthera pardus* yang umum ditemukan di Indonesia dan masih dalam keluarga *felidae* yang artinya keluarga tutul.

2. Macan Kumbang



Gambar II. 6 Macan Kumbang
Sumber: <https://pixabay.com/>

Macan kumbang juga masih satu spesies dengan yang sama dengan macan tutul, tetapi yang membedakan warna bulu macan kumbang yang gelap. Perubahan bulu menjadi hitam ini kare disebabkan oleh pigmen melanistik sebagai bentuk adaptasi atas habitat hutan yang lebat dan gelap.

3. Macan Tutul Salju



Gambar II. 7 Macan Tutul Salju
Sumber: <https://pixabay.com/>

Macan tutul salju masih satu keluar dengan macan tutul namun berbeda spesies dengan nama latin *Phantera Uncia*, yang membedakannya dengan jelas karena memiliki bulu yang lebih tebal dari macan tutul Jawa dalam. Habitatnya bisa ditemukan di pegunungan salju Asia Tengah.

4. Cheetah



Gambar II. 8 Cheetah
Sumber: <https://zoo.sandiegozoo.org>

Cheetah merupakan bagian dari *family felidae* mempunyai nama latin *Acinonyx jubatus*. Cheetah juga adalah hewan tercepat di bumi yang mempunyai kecepatan sampai 110 km/jam. Cheetah berburu mangsa mengandalkan kecepatannya, Cheetah ini hidup sendiri atau berkelompok juga.

5. Jaguar



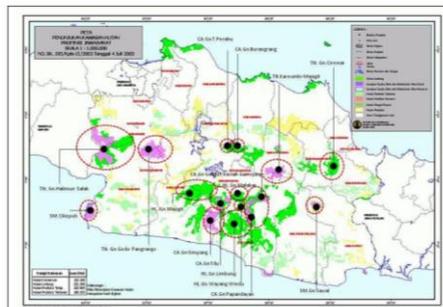
Gambar II. 9 Jaguar

Sumber: <https://www.wallpaperbetter.com/en/hd-wallpaper-pendi>

Jaguar masih bagian dari dari *family Felidae*, Hewan dengan nama latin *Panthera onca* yang memiliki ukuran terbesar ketiga dari keluarga kucing besar lainnya setelah harimau dan singa. Pesebarannya di benua Amerika dan hidup menyendiri.

II.2.7 Pesebaran Tutul Jawa

Penyebaran macan tutul Jawa ini hanya terdapat di pulau Jawa, seperti pulau Nusa Kambangan, pulau Sempu, dan pulau Kangean (Jawa Timur). Lingkungan hutan merupakan habitat utama bagi macan tutul. Secara luas macan tutul tersebar di banyak wilayah Afrika dan asia. Karena banyaknya sebaran ini menimbulkan variasi genetik pada tiap sub spesiesnya sedangkan untuk macan tutul Jawa memiliki ukuran yang paling kecil diantara macan tutul lainnya, Persebaran macan tutul sendiri bergantung pada ketersediaan sumber makanan dan air.



Gambar II. 10 Peta indikasi sebaran macan tutul di Provinsi Jawa Barat.

Sumber:

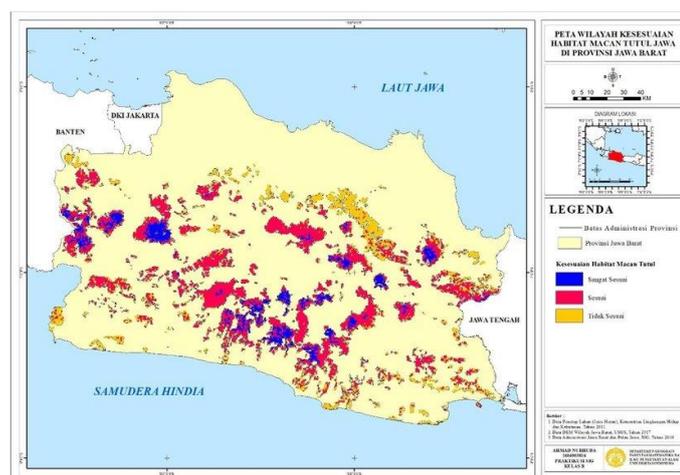
https://www.academia.edu/37526735/strategi_dan_rencana_aksi_konservasi_macan_tutul_Jawa_panthera_pardus_melas_2016_2026_pdf

Macan tutul yang dapat ditemukan di provinsi Jawa Barat dapat ditemukan di kawasan:

1. Gunung Salak
2. Cagar Alam Gunung Tilu Cianjur
3. Cagar Alam Gunung Simpang Cianjur
4. Gunung Patuha Ciwidey
5. Hutan Sancang
6. Taman Nasional Gunung Halimun
7. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

II.2.8 Habitat Macan Tutul Jawa

Macan tutul mampu tinggal di berbagai tipe lingkungan, satwa ini memiliki toleransi yang tinggi dan sangat mudah beradaptasi terhadap makanan dan variasi iklim yang berbeda di setiap tempatnya. (Gunawan dkk. 2014). Satwa ini dapat ditemukan di setiap tipe tempat yang berbeda seperti hutan, setengah gurun, padang rumput, savana, semak, pegunungan yang terjal, hutan hujan berawa, hutan gugur, dan hutan berada sekitar pemukiman masyarakat. Satwa ini masih dapat ditemukan di seluruh pulau Jawa meskipun populasinya sedikit karena pulau Jawa karena salah satu pulau terpadat.



Gambar II. 11 Peta Habitat Macan Tutul Jawa di Provinsi Jawa Barat.
Sumber: https://www.researchgate.net/figure/Gambar-6-Peta-Kesesuaian-Habitat-Macan-Tutul-Jawa-di-Provinsi-Jawa-Barat_fig2_331227229

Di benua Asia sendiri satwa ini sangat toleran dan kuat dalam menghadapi perkembangan wilayah, karena di sekitar habitatnya terjadi meningkatnya populasi manusia. Macan tutul sangat menerima kondisi habitatnya dari pada harimau yang sensitif pada habitat yang kering dan suhu ekstrim dibandingkan harimau yang tergantung pada sumber air permanen. Lingkungan yang memiliki banyak pohon sangat disukai Macan tutul yang pandai untuk memanjat karena digunakan untuk berlindung, bersantai dan mengintai mangsanya satwa (Gunawan dkk. 2014).

II.2.9 Perilaku Macan Tutul

Kemampuan satwa ini terkenal dengan berburu mangsanya dengan tidak ketahuan oleh buruannya. Satwa ini pandai dalam berenang dan ahli memanjat pohon tetapi berbeda dengan harimau, harimau tidak dapat berenang di air. Macan Tutul merupakan hewan nokturnal yang berburu mangsanya pada malam hari tetapi pada siang hari dapat dilihat dihabiskan bersantai di atas batu atau pohon, namun di hutan konservasi kebanyakan aktivitas perburuan dilakukan di siang hari. Untuk menandai wilayahnya dari macan tutul lain menggunakan urine dan cakaran pohon.

Macan tutul tidak hidup berkelompok dan cenderung menghindari sesama sama lain tetapi satwa ini juga kadang terlihat bersama sebanyak 3 sampai 4 ekor dan biasanya ini macan tutul yang masih mengikuti induknya. Pendengaran macan tutul dan penglihatannya sangat kuat sama seperti kucing pada umumnya. Lalu ketika melakukan ancaman, akan memanjangkan badannya dan menundukan kepalanya.



Gambar II. 12 Macan Tutul

Sumber: Candra Firmansyah – Taman Nasional Baluran

Luas rata-rata dari daerah perburuan seluas 275 memiliki kemampuan yang handal berburu di atas tanah. Satwa Ini sama seperti harimau mengincar leher mangsanya terlebih dahulu sebelum memakannya. Biasanya macan tutul akan menyeret mangsanya, dan mengangkatnya ke atas pohon hal ini bertujuan untuk menghindari macan tutul lain datang, seringkali mangsanya jauh lebih besar dari tubuhnya sendiri misalnya berburu antelop.

II.2.10 Makanan dan Mangsa

Macan Tutul Jawa yang merupakan predator utama di alam liar dan memiliki fungsi sebagai pengendali populasi Ungulata seperti kijang, kancil, babi hutan dll. Diketahui ada 10 jenis satwa mangsa utama dan 20 mangsa sekunder macan tutul Jawa di kawasan hutan Jawa Barat dan Banten. Jenis mangsa potensial bagi macan tutul Jawa dapat dilihat dalam tabel II.2.

Tabel II.2. Makanan macan tutul Jawa
Sumber: Strategi Dan Rencana Aksi Konservasi
Macan Tutul Jawa (*Panthera Pardus Melas*) 2016-2026

No.	Nama Lokal	Nama Latin
MANGSA UTAMA POTENSIAL		
1.	Monyet ekor panjang	<i>Macaca fascicularis</i> (Raffles, 1821)
2.	Lutung jawa	<i>Trachypithecus auratus</i> (É. Geoffroy, 1812)
3.	Surili	<i>Presbytis comata</i> (Desmarest, 1822)
4.	Owa	<i>Hylobates moloch</i> (Audebert, 1798)
5.	Oces	<i>Nycticebus coucang</i> (Boddaert, 1785)
6.	Rusa	<i>Cervus timorensis russa</i> (Müller & Schlegel, 1844)
7.	Mencek	<i>Muntiacus muntjak</i> (Zimmermann, 1780)
8.	Babi Hutan	<i>Sus scrofa</i> (Linnaeus, 1758)
9.	Kancil	<i>Tragulus javanicus</i> (Osbeck, 1765)
10.	Banteng	<i>Bos javanicus</i> (d'Alton, 1823)
MANGSA SEKUNDER POTENSIAL		
1.	Luwak	<i>Paradoxurus hermaphroditus</i> (Pallas, 1777).
2.	Garangan	<i>Herpestes javanicus</i> (É. Geoffroy Saint-Hilaire, 1818)
3.	Musang	<i>Viverricula indica</i> (Desmarest, 1804)
4.	Trenggiling	<i>Manis javanica</i> (Desmarest, 1822)
5.	Sero	<i>Prionodon linsang</i> (Horsfield, 1822)
6.	Landak	<i>Hystrix javanica</i> (F. Cuvier, 1823)
7.	Ajag	<i>Cuon alpinus</i> (Pallas, 1811)
8.	Kucing Hutan	<i>Prionailurus bengalensis</i> (Kerr, 1792)
9.	Ayam Hutan	<i>Gallus gallus</i> (Brisson, 1766)
10.	Merak	<i>Pavo muticus</i> (Linnaeus, 1766)
11.	Sigung, teledu	<i>Mydaus javanensis</i> (Desmarest, 1820)
12.	Cukbo, Walangkopo	<i>Petaurista elegans</i> (Müller, 1840)
13.	Careuh besar	<i>Viverricula malaccensis</i> (Gmelin, 1788)
14.	Careuh kecil	<i>Mustela nudipes</i> (Desmarest, 1822)
15.	Tando	<i>Cyanocephalus variegatus</i> (Simpson, 1945)
16.	Encang-encang	<i>Tomys horsfieldii</i> (Waterhouse, 1838)
17.	Biawak	<i>Varanus salvator</i> (Merrem, 1820)
18.	Jelarang	<i>Ratufa bicolor</i> (Sparman, 1778)
19.	Bajing	<i>Callosciurus notatus</i> (Boddaert, 1785)
20.	Tupai, Kekes	<i>Tupaia javanica</i> (Horsfield, 1822)

II.2.11 Fungsi Macan Tutul Jawa untuk Ekosistem Hutan

Satwa ini memegang ekosistem di hutan di pulau Jawa. Setelah saudaranya yang lebih besar harimau Jawa punah, macan tutul menggantikan posisinya sebagai predator utama. Macan tutul Jawa memegang peran sebagai puncak rantai makanan yang mengontrol populasi satwa ungulata diantaranya yaitu rusa, babi hutan, dsb. Terjadinya penurunan populasi macan tutul Jawa berakibat buruk pada ekosistem hutan dan juga berdampak pada manusia. Hilangnya Macan Tutul Jawa sebagai hewan karnivora akan mengakibatkan fenomena *trophic cascade*, apabila jumlah binatang herbivora yang menjadi makanan macan tutul menjadi meningkat, mereka akan membutuhkan tumbuhan dalam jumlah banyak. Lalu jika tumbuhan dimakan oleh mereka, hutan tak akan tumbuh sehingga tidak akan regenerasi dengan sempurna. Dampak lainya binatang herbivor di alam liar juga membuat persaingan antara hewan mendapatkan ternak. Jika hewan ternak kehilangan pakan, hewan ternak populasinya akan menurun dan dampak bagi manusia kebutuhan protein akan sulit, kemudian sebaliknya hewan herbivora di hutan terjadi penurunan maka macan tutul sebagai puncak rantai makanan akan menyasar hewan ternak warga sekitar hutan dan hal ini akan menimbulkan konflik kepada masyarakat dengan Macan Tutul Jawa.

II.2.12 Populasi Macan Tutul Jawa Di Jawa barat

Meskipun Indonesia memiliki keanekaragaman satwa, namun di Indonesia juga diketahui sebagai negara dengan tingkat penurunan populasi satwa masih sangat tinggi. Pada tahun 1990 populasi macan tutul Jawa sekitar 350-700 individu yang persebarannya di taman nasional, cagar alam, taman buru dan 12 kawasan konservasi. kemudian pada tahun 2010 terjadi penurunan populasi menjadi maksimal 546 individu. Lalu pada tahun 2013 diperkirakan yang tersisa sekitar 491-596 individu macan tutul Jawa (Wibisono dkk. 2018).

Sementara di Provinsi Jawa Barat berdasarkan data dari Dinas Kehutanan pada tahun 2013, jumlah populasi Macan Tutul Jawa yaitu kurang lebih 150 individu yang yang persebarannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel II.3. Perkiraan Populasi Macan Tutul Jawa
 Sumber: Hoogerwerf dikutip (Gunawan 2010)

No.	Lokasi	Jumlah
1.	TN Gunung Gede Pangrango	22-26
2.	TN Gunung Halimun-Salak	42-58
3.	Gunung Salak	16
4.	Pegunungan Pembarisan	15
5.	Gunung Ciremai	25
6.	TN Gunung Ciremai	1
7.	Hutan Perhutani Pangandaran Barat	15
8.	Taman Safari Indonesia (TSI I) Bogor	11
9.	Kebun Binatang Tamansari Bandung	2

II. 2.13 Ancaman Terhadap Populasi Macan Tutul Jawa

Meningkatnya ekonomi dan Bertambahnya penduduk dipastikan membutuhkan lahan untuk pemenuhan kebutuhan dasar manusia akan mengubah lahan seperti, irigasi, perkebunan dan pertanian. Kebutuhan lahan lainnya adalah pembangunan seringkali harus dipenuhi dengan cara mengubah hutan yang merupakan habitat utama macan tutul Jawa menjadi, pemukiman, jaringan listrik dan infrastruktur jalan yang menyebabkan habitat macan tutul semakin dekat dengan pemukiman masyarakat. Karena hal ini pada akhirnya akan menyebabkan meningkatnya resiko konflik antara macan tutul Jawa dengan manusia.



Gambar II. 13 Proses evakuasi macan tutul yang ditemukan terluka di Ciwidey
 Sumber: <https://www.ayobandung.com/>

Bentuk konflik yang terjadi dengan satwa yang dilindungi adalah penyerangan terhadap manusia, menyerang ternak warga yang menimbulkan keresahan pada masyarakat. Dampaknya macan tutul dianggap menjadi musuh yang harus dibasmi. Macan tutul dianggap sebagai musuh sudah terjadi di beberapa daerah dimana

masyarakat merasa terancam melakukan perburuan menggunakan perangkap atau jerat sampai melakukan pembunuhan pada satwa yang dilindungi ini. Kejadian macan tutul masuk pemukiman sudah dan tertangkap oleh warga sering terjadi di berbagai wilayah pulau Jawa. Tidak adanya standar penanganan konflik manusia dan macan tutul menyebabkan permasalahan tidak terselesaikan secara tuntas dan sifatnya berulang serta menyebabkan tidak terselamatkannya macan tutul Jawa masyarakat di sekitar hutan. Diolah dari berbagai sumber, diantara rentan waktu 2018-2022 menyebutkan sedikitnya ada 5 kasus konflik macan tutul Jawa dengan manusia. Selengkapnya pada table II.4.

Tabel II.4. Kasus konflik macan tutul Jawa dengan manusia di Jawa Barat
Sumber: Diolah dari berbagai sumber

No.	Waktu	Lokasi	Bentuk Konflik	Tindakan
1.	16 November 2018	Kp. Pangguyangan, Desa Sukanagara, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung	Di tembak warga karena memasuki pemukiman	Setelah kejadian aparat setempat melakukan penyuluhan
2.	3 Maret 2019	kampung di Desa Cikedung, Kabupaten Serang	Memangsa Ternak Kambing, dari Cagar Alam Tukung Gede Rawa Danau	Penangkapan oleh Polhut dari BKSDA menggunakan perangkap
3.	1 Juni 2019	Kp. Cimalingping, Desa Sindangsari, Kec. Kasomalang, Kab. Subang.	Memasuki Pemukiman	Diamankan aparat setempat melibatkan pihak petugas kebun binatang Bandung yang mengirimkan petugas untuk di bius.
4.	25 Juni 2020	Dusun Cikupa, Kabupaten Ciamis	Turun Ke Pemukiman Warga dari kawasan Suaka Margasatwa Gunung Sawal.	Tertangkap perangkap

5.	23 Oktober 2020	Daerah Kawah Putih, Kec. Rancabali, Kab. Bandung	Ditemukan terjerat tali	Warga melaporkan pada aparat setempat, lalu macan tutul mendapat perawatan intensif di kebun binatang Bandung. kondisi sekarang mati.
6.	12 April 2022	Kampung Sinapeul, Desa Wargasetra, Kec. Tegalwaru, Kab. Karawang	Memangsa 2 ternak warga	Ditelusuri oleh Sanggabuana Wildlife Ranger (SWR).

III. 3.1 Pendapat Masyarakat Saat ini terhadap Macan Tutul Jawa

Pada saat survey di Kabupaten Subang, kp. Cimalingping, Desa Sindangsari, Kecamatan Kasomalang, Salah satu kasus yang pernah ada kasus macan tutul Jawa memasuki pemukiman. Menurut salah satu warganya menuturkan kronologi pada saat itu kebanyakan warga takut diterkam oleh macan tutul Jawa makanya hampir semua warga bersamaan mencoba menangkap macan tutul karena takut jika keluarganya diserang oleh macan tutul dan khawatir jika menyerang hewan ternak. Menurut warga ini pertama kalinya macan tutul masuk pemukiman dan masih banyak warga yang bingung menghadapi macan tutul yang memasuki pemukiman



Gambar II. 14 Peternakan ayam PT. Kareumbi Farm.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Salah satu kejadian terbaru pada 18 Juli 2022 di Kp. Cikaso, Desa Sindangsari, Kec. Cicalengka macan tutul memasuki kawasan peternakan PT. Kareumbi Farm menurut warga macan tutul turun dari gunung Masigit Kareumbi untuk memasuki peternakan ayam untuk memangsa beberapa ekor ayam.



Gambar II. 15 Wawancara Petugas PT. Kareumbi Farm.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Menurut petugas penjaga peternakan kejadian macan tutul memasuki peternakan ini kejadian pertama terjadi tidak ketahuan macan tutul masuk pemukiman yang memakan 18 ekor ayam, setelah kasus pertama terjadi petugas penjaga mulai memperketat penjagaan di malam hari dan tahu penyebabnya oleh macan tutul, menurut petugas macan tutul cukup diusir dengan sorotan senter dan membuat suara yang bising bisa dengan memukul kaleng. Menurut penjaga macan tutul masuk karena lokasi peternakan ada di bawah tebing sehingga mudah untuk diloncati oleh macan tutul, sedangkan menurut BKSDA macan tutul masuk pemukiman khususnya masuk peternakan karena sedang musim kawin dan tidak ada mangsa di hutan atau karena ada macan tutul jantan memasuki wilayah macan tutul lain.

Lalu menurut warga setempat dekat dengan kandang banyak warga panik saat kejadian karena takut memasuki rumah, lalu beberapa warga lain tanggapannya takut apabila menyerang dari belakang tapi jika bertemu langsung cukup diusir saja tidak usah dilukai apalagi sampai diburu karena hewan lebih takut kalau bertemu manusia dan akan menghindar sendiri.

II. 3.2 Pendapat Ahli

Pendapat ahli dikumpulkan dari berbagai sumber lapangan di laman internet untuk mengatasi cara macan tutul masuk pemukiman dan berikut bagaimana cara mengatasinya.

- Pertama bagaimana mencegah atau mengusir macan tutul yang memasuki pemukiman, sama halnya yang terjadi di Kp. Cikaso menggunakan bunyi-

bunyian yang bising hal ini dibenarkan berdasarkan kejadian di desa Cikupa, Kab. Ciamis menurut penuturan petugas polisi hutan cara ampuh mengusir macan tutul adalah menggunakan bunyi bunyian keras dan menganjurkan menggunakan radio saat sedang berkebun di pinggiran hutan (Pudjiarti 2015).

- Kedua bagaimana menghindari serangan macan tutul yang menyergap atau tindak pencegahan macan tutul menyerang dari belakang, menurut petugas BKSDA dan polisi hutan di Sumatera Selatan setelah kejadian warga yang diterkam harimau, warga dianjurkan untuk memakai topeng di belakang kepala hal ini dilakukan karena harimau akan mengira bahwa mangsanya tersebut sedang melihat (Permana 2019). Seperti yang diketahui kebiasaan harimau sumatera dan macan tutul Jawa dalam berburu predator terbesar mengincar leher mangsanya dari belakang.
- Ketiga bagaimana menghindari ternak warga yang dimangsa macan tutul yaitu dengan menganjurkan memasukan kandang apalagi masih ada ternak yang di luar kandang atau dilepas liarkan seperti kebiasaan macan tutul yang berburu di malam hari jadi lebih baik warga memasukkannya ke kandang, apalagi di musim kemarau dan musim kawin macan tutul lebih aktif mendekati pemukiman.

II. 4 Resume

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa saat ini statusnya terancam punah dan populasinya mengalami penurunan. Salah satu cara untuk melindungi macan tutul Jawa adalah dengan sosialisasi dengan warga sekitar agar terhindar dari konflik dengan masyarakat dan bagi masyarakat yang tidak tahu bagaimana penanggulangan menghadapi macan tutul Jawa yang memasuki pemukiman, karena macan tutul Jawa juga penting untuk ekosistem hutan-hutan di pulau Jawa.

II.5 Solusi Perancangan

Maka dari itu untuk menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini adalah solusi perancangan persuasi sosial dalam bentuk kampanye sosial yang melalui media-media yang tepat. Masyarakat mengetahui tindakan untuk menangani macan tutul

Jawa yang memasuki pemukiman jadi dibutuhkan media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat diharapkan nantinya membuat masyarakat terhindar dari konflik dengan macan tutul Jawa. Solusi perancangan ini menggunakan media poster sebagai media utamanya, dan media pendukung untuk media utama dalam penyebaran informasi. Maka dari itu perancangan harus tepat pada khalayak sasaran, dari segi demografis, geografis, psikografis, dan consumer journey supaya tepat sasaran. Tujuan perancangan persuasi sosial ini adalah agar masyarakat menjadi lebih tergugah hatinya untuk lebih peduli lagi kepada macan tutul Jawa sehingga keberlangsungan macan tutul Jawa tetap terjaga dan masyarakat terhindar dari konflik dengan macan tutul.

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Perancangan persuasi sosial sebagai solusi dari masalah kasus macan tutul Jawa memiliki target khalayak sasaran. Dibuatnya khalayak sasaran agar rancangan yang dibuat sesuai dengan khalayak kasus tersebut. Penetapan khalayak sasaran meliputi demografis, geografis, psikografis, *consumer journey*, dan *consumer insight*.

III.1.1 Demografis

Demografi merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang penduduk, dengan komponen demografi, yaitu kelahiran, perkawinan, dan jumlah, serta dinamika suatu penduduk (Anggraini 2020). Pada perancangan ini dari segi demografis melakukan pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan status ekonomi.

- Usia : 30-40
- Jenis Kelamin : Pria & Wanita
- Pendidikan : SD, SMP, SMA, S1
- Pekerjaan : Buruh Petani Peternak
- Status Ekonomi Sosial : Menengah ke bawah

Pemilihan usia khalayak sasaran 30-40 tahun dikarenakan secara umum pria berumur 30-40 tahun setidaknya sudah memiliki pekerjaan. Perancangan dispesifikasikan untuk pendidikan minimal SD yang di pastikan masih dapat membaca dengan pekerjaan dari golongan petani & Peternak dikarenakan kalangan tersebut dapat berpotensi langsung bertemu dengan macan tutul Jawa. Pemilihan status ekonomi sosial menengah ke bawah dikarenakan rata-rata seorang buruh tani kemampuan finansial di bawah rata-rata.

III.1.2. Geografis

Geografi berkaitan pada faktor lokasi yang menghubungkan antar wilayah secara keseluruhan. Pada pengelompokan geografis dilakukan melalui pengelompokan berdasarkan wilayah, kota, suku dan daerah. Pada sasaran geografis ini tertuju wilayah Provinsi Jawa Barat khususnya masyarakat desa sekitar kawasan hutan

karena wilayah sekitar satwa ini yang sering terancam terjadi konflik dengan kondisi di Jawa Barat maka kebanyakan ada pada suku Sunda.

III.1.3. Psikografis

Menurut Erikson sebagaimana dikutip (Tharir 2018) perkembangan kepribadian memiliki delapan tingkatan yang dilalui oleh manusia, yaitu pada tahap delapan pada masa dewasa *pertengahan* ditandai dengan perkembangannya seseorang ke arah generativitas. Generativitas sendiri kemampuan untuk menurunkan generasi baru (berketurunan) dan mendidiknya. Seperti Pemaparan di atas dalam kasus macan tutul Jawa dapat diartikan dalam fase ini seseorang memiliki kesempatan untuk mendidik generasi selanjutnya dan mengembangkan kultur budaya yang telah ada, atau sebaliknya sehingga generasi yang mendatang akan peduli terhadap kelestarian satwa langka.

III.1.4. Consumer Journey

Agar pesan yang disampaikan bisa terealisasi dan efektif, maka dibutuhkan sebuah strategi dalam perancangan media kampanye sosial. Consumer journey ini akan menjadi landasan untuk merancang media yang akan disebarakan kepada target audiens.

Tabel III.1 *Consumer journey* generasi muda antara umur 25-40 tahun
Sumber: Observasi pribadi (2022)

Jam	Aktivitas	Contact Point Media
04.30	Bangun tidur	Kasur, bantal, selimut
05.00	Sholat subuh	sarung, mukena Sejadah
05.30	Mandi	Sikat gigi, pasta gigi, sabun shampo, cermin, handuk
06.30	Sarapan	Piring. Bakul, gelas,
07.00	Bersiap-siap	Kaos , kemeja, celana, rok, gesper, sisir, cermin, sepatu, kaos kaki, sandal, cangul, arit
08.00	Berangkat ladang / peternakan / perkebunan	Sweater, jaket, kendaraan, gantungan kunci, banner,

		spanduk, poster, stiker, billboard, helm
09.00	ladang / peternakan / perkebunan	topi, kendaraan, sarung tangan, pisau/arit, spanduk, poster, stiker,
11.30	Istirahat siang	Piring, mug , makanan, media social , jam dinding, sejadah, sarung, mukena, brosur , piring, gelas, sendok, makanan, rokok, korek, asbak
12.30	Bekerja / belajar	topi, kendaraan, , pisau/arit, spanduk, poster, stiker,
17.00	Pulang bekerja / belajar	Sweater, jaket, kendaraan, gantungan kunci , banner, spanduk, poster, stiker, baliho, helm
17.30	Mandi	Sabun, sikat gigi, pasta gigi, shampo, cermin, handuk
19.00	Bersantai / Istirahat	Piring, gelas , sendok, makanan, cemilan, , televisi, karpet, sejadah, sarung, mukena, piring, makanan, rokok, korek, asbak , sandal, bantal, karpet, speaker,
21.00	Tidur	Kasur, bantal, selimut

Keterangan :

Bold : Media yang akan dipakai untuk menyampaikan pesan

III.1.5. Consumer Insight

Melalui proses wawancara dinyatakan bahwa masyarakat menganggap macan tutul Jawa menakutkan bila memasuki pemukiman sehingga menjadi ancaman bagi masyarakat sekitar habitat macan tutul Jawa dan ancaman lainya yang ditakuti masyarakat jika menyerang hewan ternak warga namun masih banyak juga masyarakat yang sudah tahu cara mengantisipasi macan tutul Jawa memasuki pemukiman.

III.2. Strategi Perancangan

Strategi yang dipakai pada kampanye sosial ini adalah dengan menggunakan media poster, yang mana poster ini terdiri dari poster AISAS atau poster *Action*. AISAS adalah salah satu teori untuk mengkampanyekan atau memperkenalkan sesuatu dan hal yang ingin diperkenalkan itu merupakan satu hal yang masih baru, sehingga dijangkau oleh sesuatu produk atau kampanye. Perancangan media poster ini digunakanlah AISAS karena lebih kompleks dalam memahami target yang ingin dijangkau oleh suatu produk atau kampanye. Perancangan media poster ini memiliki konten yang akan mempengaruhi orang dewasa agar mereka menjadi mengetahui kondisi macan tutul Jawa dan menurunkan potensi konflik dengan macan tutul Jawa sehingga populasi satwa ini tetap terjaga yang diharapkan tidak terjadi penurunan populasi.

Pada distribusi kampanye sosial ini penyampaiannya menggunakan metode distribusi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode ini digunakan agar pesan dari kampanye sosial macan tutul Jawa bisa tersampaikan kepada target audiens sehingga membuat mereka menjadi tertarik dan terpengaruh dengan kampanye sosial yang dilakukan. Dalam tahapan metode AISAS, terdapat media-media yang dirancang untuk mendukung metode tersebut.

- Tahap *Attention* : Poster, Baliho

Di tahap ini media yang dipakai atau yang digunakan untuk menarik perhatian target audiens adalah dengan media poster digital dan poster cetak yang akan di posting melalui media sosial Facebook, dan disebarakan pada tempat tempat umum yang sering di datangi oleh orang dewasa.

- Tahap *Interest* : Poster, Brosur. Sepanduk
Di tahap ini, media yang digunakan masih berupa media digital dan cetak yang berupa poster tetapi dengan menggunakan visual yang berbeda namun tetap memiliki gaya desain yang sama. Poster tersebut akan menggunakan copywriting yang mempengaruhi audiens agar mengetahui memanfaatkan kain tenun menjadi sebuah potensi ekonomi, dan akan disebarakan melalui media sosial Instagram dan Facebook serta ditempat-tempat umum.
- Tahap *Search* : Media Social Facebook
Di tahap search yang akan membuat target audiens lebih mengetahui atau memahami tentang kampanye sosial yang dilaksanakan. Pada tahap segala informasi kampanye dikumpulkan pada media sosial Facebook
- Tahap *Action* : Poster
Pada Tahap *action*, media yang digunakan berupa media poster cetak yang disebarakan melalui di tempat-tempat umum sering dilalui.
- Tahap *Share* : Media Peningat
Tahap share merupakan tahap dimana para audiens yang datang mengikuti event penyuluhan dan mendapat pengetahuan tentang macan tutul Jawa.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan kampanye sosial ini adalah masyarakat menjadi lebih mengetahui satwa langka ini dan tindak pencegahan menurunkan potensi konflik dengan macan tutul Jawa sehingga populasi macan tutul Jawa tetap terjaga yang diharapkan tidak terjadi penurunan populasi.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pada perancangan ini pendekatan komunikasi berarti interaksi yang dilakukan antara khalayak sasaran dan medianya merupakan suatu bentuk komunikasi. Komunikasi akan dapat berjalan baik apabila pengirim pesan mampu menyampaikan pesan melalui media yang dipilihnya serta pesan dapat dipahami oleh khalayak sasaran (Albar 2011). Agar dihasilkan komunikasi yang baik kepada maka diperlukan sebuah pendekatan komunikasi supaya informasi atau tujuan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Pada pendekatan komunikasi ini juga menggunakan komunikasi persuasif, dimana pesan yang ingin disampaikan dapat

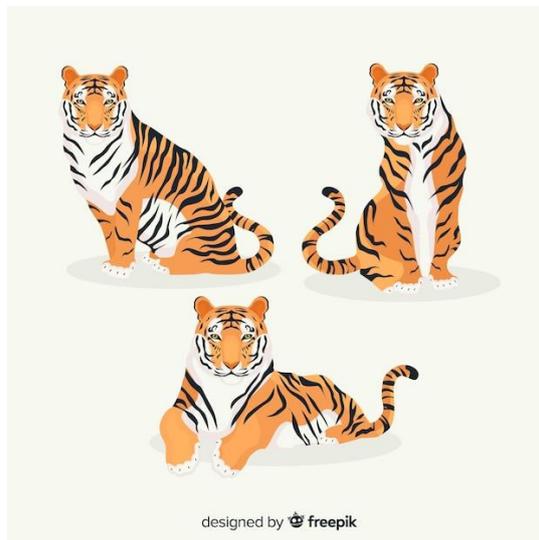
memberikan kesadaran kepada khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi dilakukan dua cara pendekatan verbal dan pendekatan visual.

III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pada perancangan ini pendekatan verbal menurut (Nugroho 2010) menjelaskan bahwa “komunikasi verbal adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk kata-kata atau ucapan, berisi informasi melalui pembicaraan atau melalui tulisan”. Jadi kata – kata atau ucapan bahasa yang akan digunakan pada perancangan menggunakan bahasa sunda dan bahasa non-formal bahasa indonesia yang sifatnya santai agar informasi mudah dipahami dan juga sifatnya mengajak masyarakat.

III.2.2.2 Pendekatan Komunikasi Visual

Pada pendekatan visual perancangan ini dengan menggunakan media poster untuk pencegahan konflik dengan macan tutul Jawa, dalam poster ini menggunakan visual sebuah objek dimana macan tutul sebagai objek utama. Pada media utama berbentuk poster ini mengarah pada gambar macan tutul Jawa dengan menggunakan teknik vektor yang menyerupai satwa aslinya memberi kesan tetap ramah kepada khalayak sasaran.



Gambar III. 1 Referensi Visual

Sumber: https://www.freepik.com/free-vector/collection-hand-drawn-tigers_4850703.htm#query=tiger&position=26&from_view=keyword

III.2.3. Mandatory

Dalam perancangan kampanye macan tutul Jawa pihak atau lembaga yang menaungi penyebaran media tersebut adalah BKSDA JABAR (Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat), karena setiap penampakan, kasus macan tutul Jawa masuk pemukiman akan dilaporkan ke BKSDA JABAR .



Gambar III. 2 Logo BKSDA JABAR

Sumber: <https://www.wallpaperbetter.com/en/hd-wallpaper-pendi>

III.2.3.1 Logo Kampanye

Logo kampanye bernama “Aksi Lestari Macan Tutul Jawa” sekaligus menjadi nama media sosial facebook kampanye. Logo sendiri menemukan jejak kaki dari macan tutul itu sendiri.



Gambar III. 3 Logo Kampanye Sosial

Sumber: <https://www.wallpaperbetter.com/en/hd-wallpaper-pendi>

III.2.4. Materi Pesan

Pesan merupakan suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran komunikator ke pada penerima komunikasi untuk tujuan tertentu, selanjutnya beberapa hal dalam mengkomunikasikan pesan komunikasi yaitu isi pesan, struktur pesan, sifat pesan dan gaya bahasa (Effendy, 1989).

Maka dari teori tersebut jika disatukan dengan kata “Materi” yang berarti bahan sehingga menjadi kalimat “materi pesan” dapat diartikan sebuah bahan yang akan dijadikan bahan komunikasi yaitu pesan baik secara lisan maupun tulisan, sehingga dapat dibuat materi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak adalah informasi mengancam macan tutul Jawa dan penanggulangan untuk menghindari konflik dengan macan tutul Jawa agar khalayak menjadi mengetahui kondisi macan tutul Jawa dan menurunkan potensi konflik dengan macan tutul Jawa.

Untuk dapat membujuk agar tidak melakukan hal tersebut lagi melalui kampanye memang dampak perubahannya tidak akan secara langsung, oleh karena itu perlu sebuah pesan dengan visual kreatif yang setidaknya dapat menggugah hati dari khalayak sasaran untuk berubah.

Adapun detail materi pesan yang disampaikan dalam perancangan media perancangan kampanye adalah sebagai berikut :

- Peringatan jangan berburu macan tutul.
- Peringatan tidak berburu mangsa macan tutul.
- Peringatan hewan ternak yang dilepas liar.
- Bagaimana melestarikan macan tutul
- Tips bagaimana bertemu macan tutul.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara yang dipakai oleh seorang komunikator dalam memaparkan gagasan agar dapat sesuai dengan tujuannya (Aminuddin 1995). Penyampaian gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial macan tutul Jawa menggunakan gaya bahasa deskripsi dimana menjelaskan lebih jelas ilustrasi yang dibuat dengan jelas sehingga pemaparan kondisi satwa tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh target khalayak sasaran.

III.2.6. Strategi Kreatif

Guna menyadarkan masyarakat tentang mengetahui kondisi macan tutul Jawa dan menurunkan potensi konflik dengan macan tutul Jawa agar dapat melestarikan satwa langka tersebut, dibutuhkan sebuah strategi perancangan kampanye sosial untuk menyampaikan pesan sesuai tujuan tersebut. Adapun strategi dari

perancangan ini adalah dengan membuat media poster untuk mempengaruhi target agar menjadi sadar dengan satwa langka tersebut dan dapat memberikan pengaruh untuk para orang tua yang bekerja di perkebunan atau pertanian dan dapat diharapkan dapat diteruskan generasi selanjutnya untuk lebih peduli lagi kepada macan tutul Jawa.

III.2.7.1 Copywriting

Perancangan membutuhkan *copywriting* yang berfungsi agar audien mampu menangkap pesan dari sebuah penulisan dan diharapkan dapat memberikan respon dari *copywriting* tersebut. *Copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini adalah “hayu lestarikeun si tutul” dipakai sebagai *tagline* karena dipilih untuk menarik respon audien untuk ikut serta dalam pelestarian macan tutul Jawa dan diharapkan akan mampu menangkap respon pesan yang akan disampaikan.

III.2.7.2 Visualisasi

Visualisasi perancangan menggunakan ilustrasi yang menunjukkan objek utama yaitu macan tutul. Dalam hal ini, visual disajikan dengan ilustrasi menekankan visual yang sama dengan objek asli. Hal ini bertujuan agar visual yang disajikan menjadi elemen penjelas dari materi pesan sehingga materi dapat dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran dengan melihat visualisasi yang disajikan.

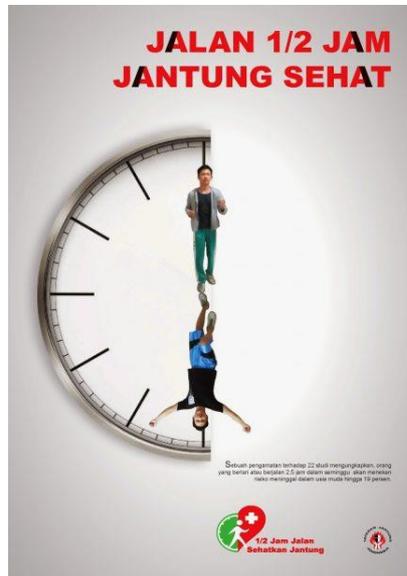
III.2.8. Strategi Media

Pada kampanye sosial ini dibutuhkan perancangan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada target audien. Adapun strategi media yang digunakan terdiri dari dua media yaitu media utama menggunakan poster dan media pendukung sebagai mempermudah media utama disampaikan pada khalayak sasaran.

III.2.8.1 Media Utama

Media utama yang digunakan pada perancangan kampanye sosial ini adalah media poster. Poster sendiri merupakan salah satu media publikasi berbentuk 2 dimensi dapat dibentuk melalui media cetak dan digital dalam bentuk 1 muka, yang memuat informasi, data, jadwal atau penawaran dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, dan produk (Supriyono & Rachmat 2010). Adapun dalam kampanye ini,

jenis poster yang digunakan adalah poster sosial kepada masyarakat. Poster seperti ini biasanya digunakan oleh lembaga pemerintahan atau lembaga swadaya masyarakat.



Gambar III. 4 Contoh Poster

Sumber: <https://portal-uang.com/poster/contoh-poster-kampanye/>

Media poster dipilih sebagai media utama, dikarenakan media ini dapat menyampaikan pesan secara padat, singkat dan jelas, serta sesuai dengan penyebaran masyarakat yang berada disekitar habitat macan tutul Jawa, teknis media yang digunakan untuk poster kampanye sosial ini menggunakan format media cetak sehingga membuat poster ini bisa disebarluaskan secara offline karena menyesuaikan dengan keadaan khalayak sasaran yang menasar masyarakat sekitar habitat macan tutul Jawa, sehingga teknik penyebaran poster cetak akan disebarluaskan di tempat-tempat umum yang sering di datangi para orang dewasa yang bekerja di perkebunan dan peternakan.

III.2.8.2 Media Pendukung

Media pendukung digunakan untuk memudahkan media utama yang berfungsi untuk menyebarluaskan media utama agar dapat memudahkan informasi pada masyarakat. Adapun media pendukung dalam perancangan ini sebagai berikut:

1. Media Informasi

Media pendukung yang digunakan untuk mendukung informasi ini dibuat untuk memberikan informasi kepada target audiens tentang kampanye sosial dari Pengenalan Tenun Sebagai Potensi Ekonomi Di Kalangan Anak Muda.

- Poster *Event* Kampanye

Poster akan digunakan untuk memberikan informasi kepada audiens tentang kegiatan event launching kampanye yang akan diselenggarakan. Poster akan disebar di tempat-tempat umum umum yang sering di datangi.



Gambar III. 5 Contoh Flyer

Sumber: <http://sa.iainkediri.ac.id/Studium-general-sosiologi-agama-tipologi-muslim-mataraman-dan-peta-gerakan-islam-radikal-di-indonesia/>

- Brosur

Pada brosur cetak ini akan disebar pos ronda, balai desa, posyandu, dan kantor desa. Pada brosur ini akan berisi tentang informasi macan tutul Jawa



Gambar III. 6 Brosur

Sumber: <https://www.99.co/blog/indonesia/pengertian-contoh-brosur/>

- *X-banner*

X-banner dijadikan sebagai media yang mendukung kegiatan *event launching* kampanye. *X-banner* ditempatkan dibagian tempat panggung *leveling* event penyuluhan dilakukan.



Gambar III. 7 Contoh X-Banner

Sumber: <https://made-blog.com/contoh-x-banner/>

- Baligho

Media pendukung baligho akan digunakan untuk menarik perhatian dan mudah terlihat. Baligho akan di tempatkan di area yang mudah dilihat banyak orang.



Gambar III. 8 Baliho

Sumber: <https://m.kaskus.co.id/thread/perbedaan-spanduk-banner-billboard-dan-baligho/>

1. Media Pengingat

Media pengingat kampanye sosial ini, akan disebarakan kepada target audiens pada setiap minggu ketiga dalam bulan saat penyebaran media utama, serta akan digunakan sebagai hadiah dalam kegiatan *event* yang dilakukan.

- *T-shirt*

T-shirt akan dibagikan kepada 10 pengunjung pertaman yang hadir di event penyuluhan dan mengikuti pendaftaran. Dan menjadi hadiah atau merchandise



Gambar III. 9 Contoh T-shirt

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4151824632481865/>

- Gantungan kunci

Gantungan kunci akan sangat efektif sebagai media pengingat karena media ini sering digunakan oleh anak muda / orang dewasa. Gantungan kunci akan dibagikan kepada para pengunjung event yang diberikan oleh para panitia penyelenggara.



Gambar III. 10 Contoh Gantungan Kunci

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/299770918950825808/>

- Stiker

Stiker akan menjadi media yang disebarakan secara gratis pada saat penyebaran media utama dan akan dibagikan juga pada saat kegiatan *event* dilaksanakan. Stiker ini menjadi media yang bisa ditempatkan pada benda atau lokasi yang bisa dilihat oleh banyak orang.



Gambar III. 11 Contoh Stiker

Sumber: <https://www.tokopedia.com/colourprintbali/cetak-stiker-print-sticker-vinyl-a3-kiss-cut-tinggal-copot>

- Mug

Gelas atau Mug ini merupakan benda banyak dipakai dan mudah sekali ditemukan. Mug akan menjadi media yang disebarakan secara gratis pada saat kegiatan *event* dilaksanakan. Mug dipilih sebagai media merchandise yang dapat menjadi pengingat kampanye.



Gambar III. 12 Mug

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4151824632481865/>

- Topi

Topi sering digunakan kala cuaca panas dan mudah sekali ditemukan. topi akan menjadi media yang disebarakan secara gratis pada saat kegiatan event dilaksanakan. Topi dipilih sebagai media merchandise yang dapat menjadi pengingat kampanye.



Gambar III. 13 Topi

Sumber: <https://www.jakartanotebook.com/flb-topi-trucker-baseball-cap-snapback-mesh-model-western-new-york-f207-black>

III.2.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi media untuk kampanye sosial ini akan dilakukan dalam lingkup wilayah Desa dekat habitat macan tutul Jawa . Adapun untuk media pendukung, pendistribusiannya akan dilakukan pada tanggal 5 November 2022 saat acara event. Media-media yang disebarakan ini, akan menjadi media pengingat yang mendukung kampanye sosial macan tutul Jawa.

Tabel III. *Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media*

Sumber: pribadi (2022)

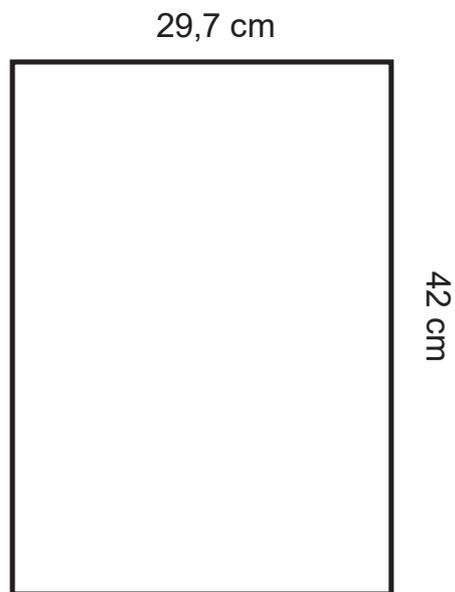
Media	Juli				Agustus				September				Tempat
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Attention (Poster, Baliho)													(Pos ronda, Posyandu, Balai Desa, & Kecamatan)
Interest (Brosur)													
Search (Facebook)													

<i>Action</i> (Poster Cetak)													Tempat Umum & Di Event Kampanye
<i>Share</i> (<i>T-Shirt</i> , gantungan kunci, ,stiker, mug, topi)													Di Event Kampanye

III.3. Konsep Visual

III.3.1. Format Desain

Format desain yang akan digunakan media poster bersifat simetris, dimana letak unsur visual diletakan pada posisi urutan yang sama baik *headline*, gambar ataupun teks letaknya tetap namun pada ilustrasi dapat disesuaikan mengikuti unsur lain adapun media lain yang sifatnya asimetris dimana unsur informasi dalam media diletakan pada komposisi yang berbeda, kemudian ukuran pada media perancangan menggunakan ukuran 29,7 x 42 cm (A3).



Gambar III. 1 Format Desain
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Layout yang digunakan pada setiap media poster kampanye yaitu portrait. Unsur-unsur pendukung kampanye seperti logo kampanye ditempatkan di atas dan logo lembaga yang membuat kampanye ini ditempatkan dibawah. Kemudian headline terdapat di bagian atas, ilustrasi disimpan di bagian tengah ke bawah, hal ini bertujuan agar perhatian target lebih terpusat karena lebih mudah dalam memahami urutan dari karya yang dibuat.



Gambar III. 2 Tata Letak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.3 Tipografi

Menurut (Rustan 2010) tipografi dimaknai sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Pada Perancangan kali ini tipografi ditetapkan menggunakan 3 huruf yang berbeda sebagai bentuk disiplin terkait huruf yang digunakan pada media penyampaian informasi dengan tujuan dapat dibaca oleh khalayak sasaran dan memiliki karakter tersendiri pada huruf yang digunakan.

**THE QUICK BROWN FOX
JUMPED OVER THE LAZY DOG
!?**

Gambar III. 3 Another Danger
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada Headline Jenis yang digunakan adalah jenis huruf dekoratif dengan nama Another Danger penggunaan huruf digunakan karena memiliki karakter yang seram dan akan digunakan pada poster yang sifatnya intimidasi, huruf ini dibuat oleh The Branded Quotes yang penggunaannya bisa digunakan secara komersial.

THE QUICK BROWN FOX JUMPED OVER THE LAZY DOG	the quick brown fox jumped over the lazy dog
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
<> : ; / \ " ' , . { } ! ? []	<> : ; / \ " ' , . { } ! ? []
@ # % \$ & * () _ - + =	@ # % \$ & * () _ - + =

Gambar III. 4 Anton
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penggunaan jenis huruf lainnya sans serif dengan nama Anton karena memiliki karakter yang tegas yang sangat cocok untuk dipakai pada perancangan ini. Huruf Anton dibuat oleh Vernon Adams. lalu kedua huruf ini dapat digunakan secara komersial.

THE QUICK BROWN FOX JUMPED OVER THE LAZY DOG	the quick brown fox jumped over the lazy dog
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
<> : ; / \ " ' , . { } ! ? []	<> : ; / \ " ' , . { } ! ? []
@ # % \$ & * () _ - + =	@ # % \$ & * () _ - + =

Gambar III. 5 Montserrat Family
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan huruf Montserrat family akan menyesuaikan untuk *sub headline* dan *body text* menggunakan huruf yang tidak tebal seperti yang digunakan pada headline. Menggunakan huruf Montserrat untuk *body text* dan bentuk hurufnya lebih kecil digunakannya huruf ini untuk karena jenis huruf ini memiliki kesan yang nyaman untuk dilihat, dan tegas jenis huruf yang tebal akan membuat huruf sangat terlihat dan mudah dibaca. Montserrat dibuat oleh Julieta Ulanovsky yang dibuat gratis untuk pengguna secara komersial.

III.3.4. Ilustrasi

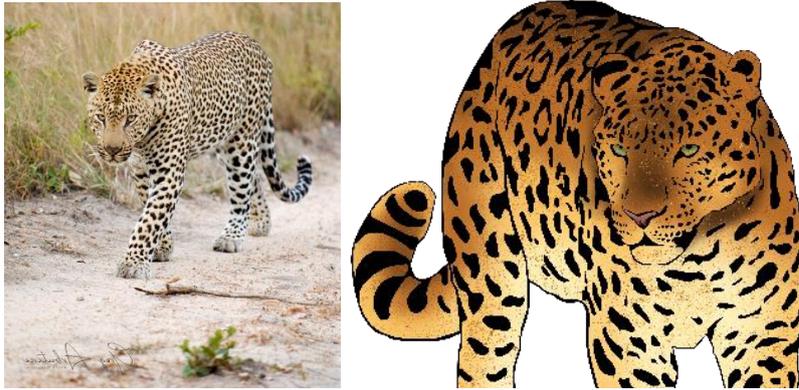
Ilustrasi sendiri adalah sebuah gambar yang berkaitan dengan seni rupa ilustrasi yang dapat menggambarkan kondisi dan menjelaskan arti dari sebuah tulisan sehingga pembaca dapat memahami arti tulisan tersebut (Rohidi 1984). Pada perancangan kampanye ini menggunakan teknik *digital drawing* agar mendekati rupa objek.



Gambar III. 6 Macan Tutul Bersantai

Sumber: <https://www.istockphoto.com/photos/leopard-in-a-tree>
& Dokumentasi Pribadi

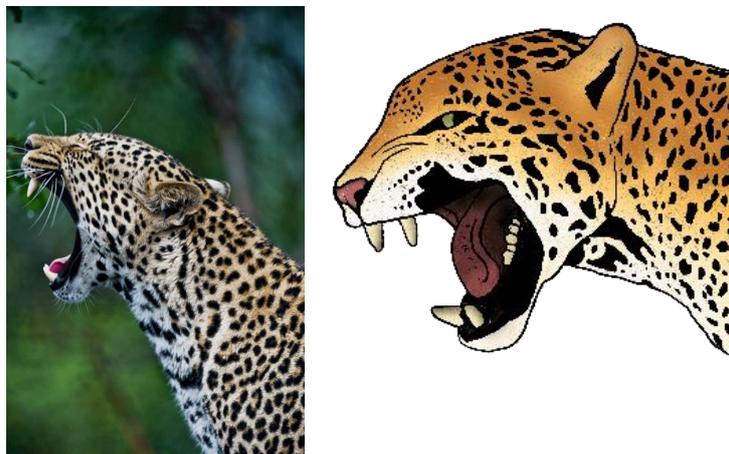
Ilustrasi ini menggambarkan kebiasaan macan tutul itu sendiri yang bersantai di atas pohon atau di atas batu, yang bertujuan untuk menampilkan sisi tenang dari macan tutul bebas dari ancaman. Maka dari itu referensi ini digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 7 Macan Tutul Waspada

Sumber: <https://www.artspan.com/art/3386482-134651/Photography/Color/Animals/leopard-walking.html> & Dokumentasi Pribadi

Macan tutul selalu mengendep ngedap saat berburu mangsanya, lalu pada ilustrasi ini menggambarkan bagaimana kebiasaan berburu macan tutul yang siap menyerang mangsanya. Ilustrasi ini juga menunjukkan sisi tajam pada macan tutul. Maka dari itu referensi ini digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 8 Macan Tutul Mengaum

Sumber: <https://roarloud.net/2015/04/01/whats-in-a-name-and-why-roar/> & Dokumentasi Pribadi

Pada ilustrasi ini sama seperti referensi macan tutul sedang mengaum yang ingin menunjukkan sisi seram dan liar pada macan tutul itu sendiri, dimana menandakan bahwa macan tutul adalah satwa liar. Maka dari itu referensi ini digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



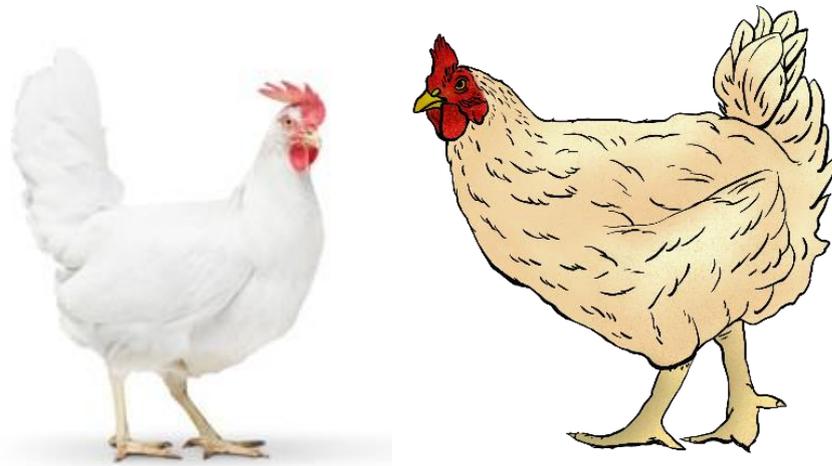
Gambar III. 9 Ilustrasi Macan Tutul Menghadap Belakang
Sumber: <https://www.mindenpictures.com/stock-photo-african-leopard-panthera-pardus-pardus-adult-back-view-standing-in-naturephotography-image80156055.html>
& Dokumentasi Pribadi

Pada ilustrasi ini macan tutul menunjukkan macan tutul hidup sendiri tidak berkelompok dan ilustrasi membelakangi seperti sedang mengintai mangsa buruannya dan untuk menunjukkan sisi misterius macan tutul Jawa. Maka dari itu referensi ini digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 10 Hewan Ternak Domba
Sumber: <https://starfarm.co.id/cara-ternak-domba-jantan/> * Dokumentasi Pribadi

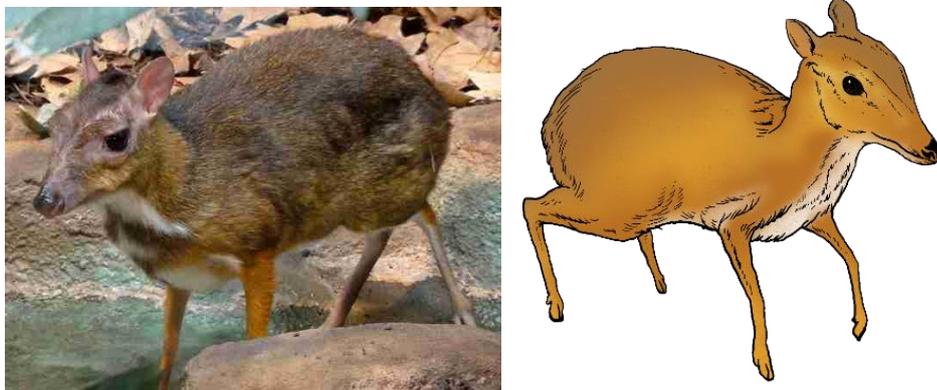
Pada ilustrasi ini menggambar hewan ternak kambing yang biasanya dipelihara masyarakat dan juga hewan ternak ini selalu dilepas liarkan saat mencari pakan yang mana menjadi sasaran macan tutul bila memasuki pemukiman. Maka dari itu domba digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 11 Hewan Ternak Ayam

Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/chicken-looking-close-floor-isolated-on-785947501> & Dokumentasi Pribadi

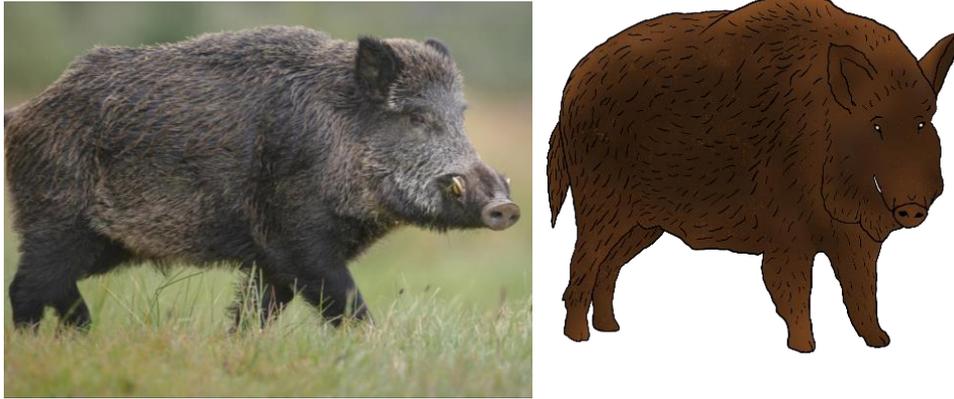
Lalu yang biasanya dipelihara masyarakat dan selalu dilepas liarkan yang mana menjadi sasaran macan tutul adalah ayam yang sering kali bebas berkeliaran di halaman karena ayam sering mencari pakan nya sendiri. Maka dari itu ayam digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 12 Kancil Mangsa Macan Tutul

Sumber: <https://alamendah.org/2010/11/26/kancil-ternyata-tidak-suka-makan-mentimun/> & Dokumentasi Pribadi

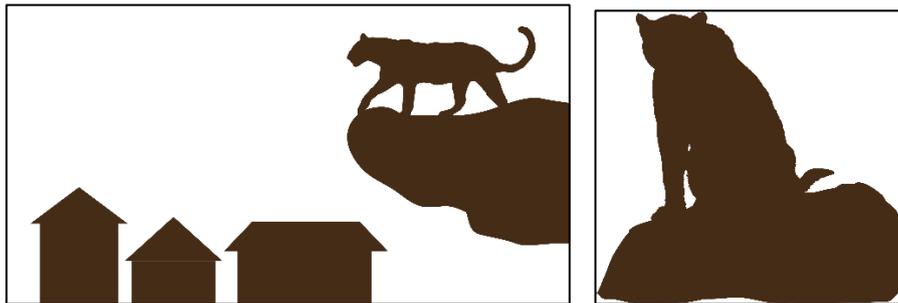
Kemudian kancil menjadi mangsa utama macan tutul Jawa namun pada konfliknya ada sebagian masyarakat yang suka memburu satwa liar ini yang menjadi mangsa tutul menjadi berkurang. Maka dari itu kancil digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 13 Babi Mangsa Macan Tutul

Sumber: <https://www.liputan6.com/health/read/3343924/akibat-makan-daging-babi-hutan-12-tamu- pesta-terserang-penyakit-langka> & Dokumentasi Pribadi

Babi hutan juga sering menjadi sasaran masyarakat karena pada sering dianggap hama yang merusak perkebunan masyarakat. Maka dari itu babi hutan digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.



Gambar III. 14 Ilustrasi Flat Design

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Adapun penggunaan gaya ilustrasi *flat design* yang digunakan pada media pendukung dengan tujuan agar tetap memberikan ilustrasi dan memperjelas informasi pada media yang digunakan. Maka dari itu referensi ini digunakan menjadi ilustrasi dalam media poster.

III.3.5. Warna

Warna dalam perancangan ini menggunakan warna sederhana dan senada dengan macan tutul itu sendiri. Warna yang digunakan pada karya untuk memberikan kesan Seram dan gagah pada pada sisi macan tutul.



Gambar III. 15 Warna Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

Proses produksi perancangan informasi mengenai kelestarian macan tutul Jawa melalui media poster meliputi tiga tahapan produksi, yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi, dan tahap pasca-produksi. Seluruh rangkaian dari proses tersebut berfungsi agar proses produksi media utama dan media pendukung dapat berjalan sesuai dengan strategi dan konsep yang sudah direncanakan. Tahapan produksi tersebut penggabungan strategi, konsep dan eksekusi perancangan yang melibatkan ilustrasi, komposisi, tata letak, warna, tipografi, sehingga format yang saling mendukung antara satu sama lain.

IV.1.1. Tahap Pra-Produksi

Tahapan pra-produksi merupakan tahap atau proses yang dilakukan sebelum proses produksi media dimulai. Fokus dalam tahapan pra-produksi adalah melakukan brainstorming serta penentuan konsep atau keyword utama dalam media. Hal ini ditujukan agar media yang dibuat dapat tepat sasaran sebagai solusi dari masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.

- **Tahap Pengumpulan Referensi Visual**

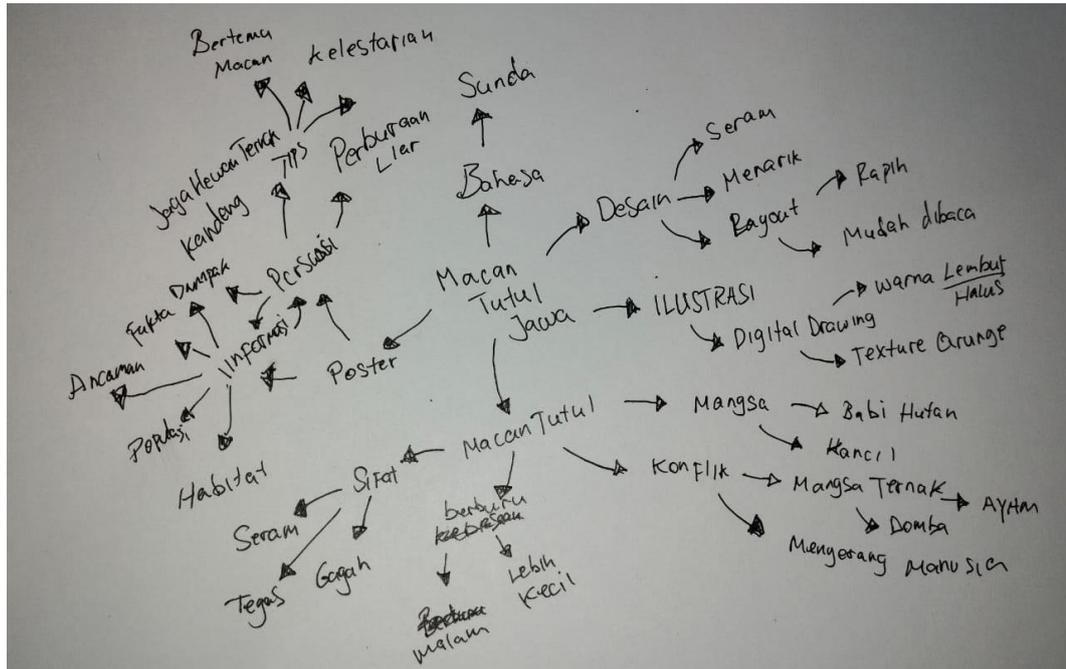


Gambar IV. 1 Referensi Visual

Sumber: <https://www.istockphoto.com/illustrations/bengal-tiger-white-background>

Proses awal yang dilakukan adalah mengumpulkan referensi visual buku yang mengusung ilustrasi digital drawing. Referensi visual berperan sebagai sumber daya yang dapat membantu menemukan dan mengembangkan penciptaan ide-ide kreatif (Klimchuk & Krasovec 2007).

- Tahap *Brainstorming* (*Keyword* dan *Keyvisual*)



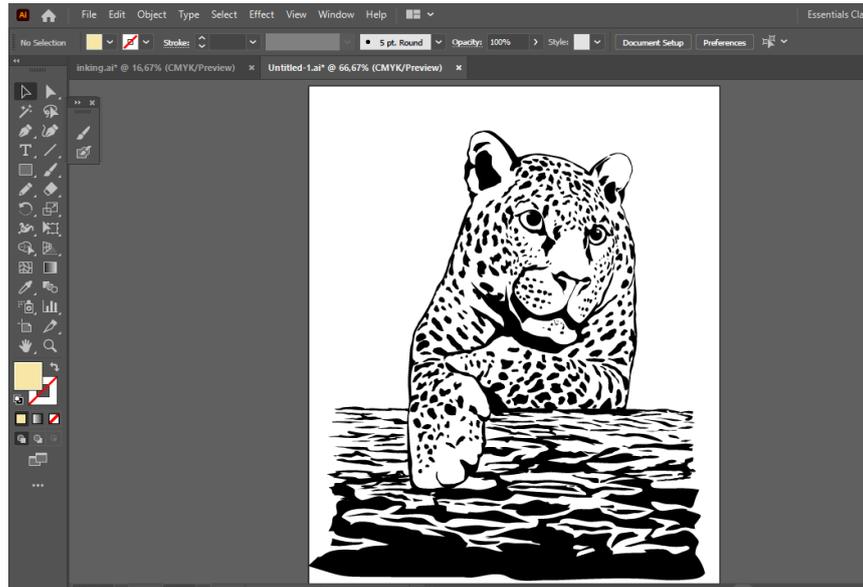
Gambar IV. 2 Mind Mapping
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian, dilakukan proses brainstorming dan *mind-mapping* untuk menentukan *keyword* dan *keyvisual* dari perancangan. *Brainstorming* adalah proses mencari ide rancangan secara acak dengan cara menulis semua hal yang terlintas dalam pikiran sehingga ditemukannya inspirasi (Klimchuk 2007). Dalam hal ini, *keyword* dari perancangan persuasi kelestarian macan tutul Jawa adalah seram dan gagah dengan *keyvisual* rancangan adalah macan dan mangsa. *Keyword* dan *keyvisual* tersebut dijadikan acuan rancangan yang dibuat.

IV.1.2. Tahap Produksi

Tahapan produksi merupakan tahap lanjutan yang dilakukan setelah tahapan dari pra-produksi selesai. Pada tahapan ini adalah mulai melakukan proses produksi ilustrasi serta rancangan sesuai dengan konsep dan strategi yang ditemukannya pada *keyword* dan *keyvisual* dapat mempermudah proses rancangan agar tetap konsisten dan sesuai dengan tujuan dari perancangan.

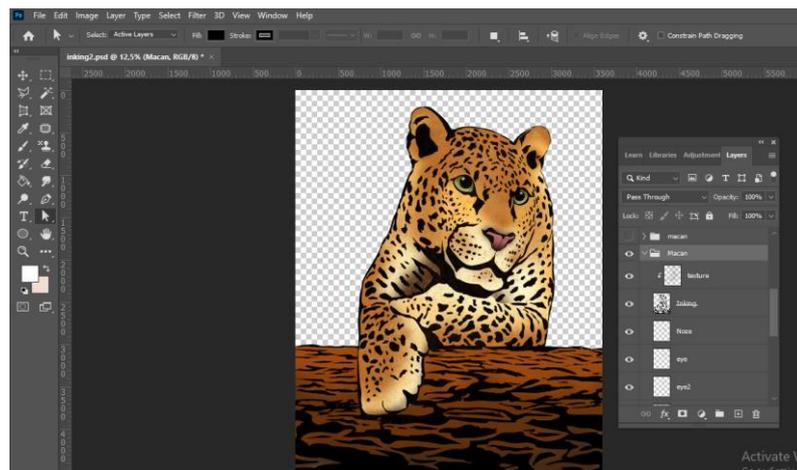
- Proses *Outline* Ilustrasi



Gambar IV. 3 Outline Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada proses *outline* menggunakan aplikasi Adobe Illustrator 2020 menggunakan *artboard* berukuran A4 dengan menggunakan *tool pencil* atau *Blob Brush*. Kemudian di *export* dengan setingan PNG dan pengaturan resolusi 300 dpi

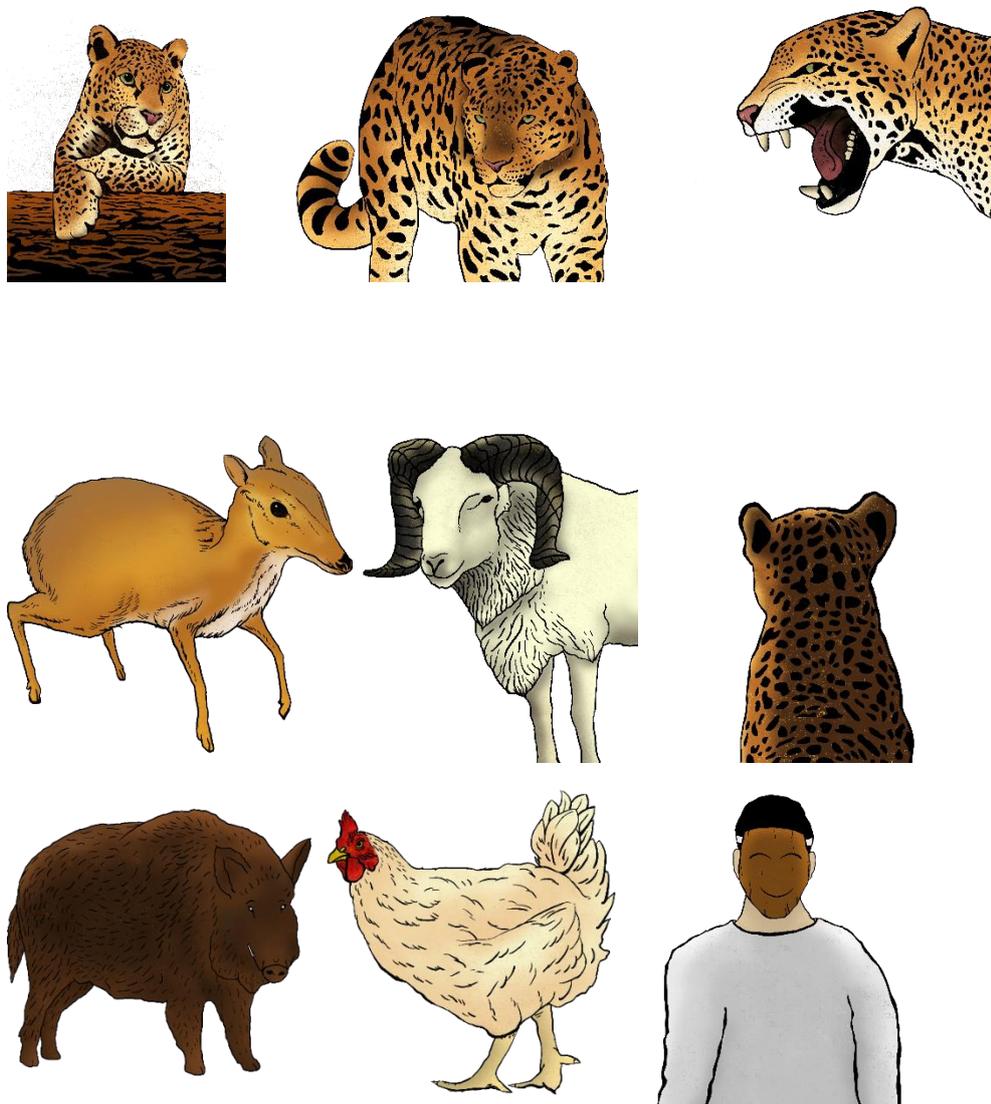
- Proses Coloring



Gambar IV. 4 Warna Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada proses *coloring* atau proses pewarnaan ini menggunakan aplikasi Adobe Photoshop 2020 menggunakan *artboard* berukuran A4 dengan menggunakan *tool brush bawaan* Adobe Photoshop. Saat pewarnaan layer warna dipisah dari warna gelap sampai warna terang, kemudian menggunakan *Brush grunge* untuk memberi efek menyatu di antara warna gelap dan terang. Kemudian di *export* dengan setingan PNG dan pengaturan resolusi 300dpi.

- Proses Finalisasi Ilustrasi



Gambar IV. 5 Ilustrasi Final
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah dilakukan proses pewarnaan, format gambar PNG dari ilustrasi kemudian dikumpulkan. Final gambar ilustrasi adalah gambar style digital drawing, serta karakter yang mendukung ilustrasi yang dimuat dalam poster. Total gambar ilustrasi yang dibuat adalah 9 gambar final yang siap digunakan sebagai elemen visual utama rancangan.

- Proses Eksekusi Rancangan Media Utama

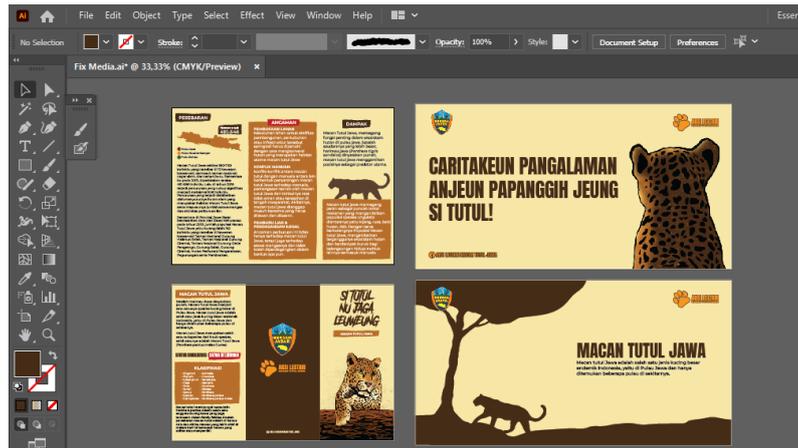


Gambar IV. 6 Proses Merancang Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian melakukan eksekusi rancangan poster menggunakan kembali aplikasi Adobe Illustrator 2020. Ilustrasi final dimasukkan ke dalam rancangan poster sebagai elemen visual utama. Selain itu, dilakukan pula proses penulisan konten buku berdasarkan sumber masyarakat dan literatur. Poster dirancang sesuai dengan format dan konsep visual yang telah ditentukan sebelumnya. Setiap poster memuat bahasan yang berbeda di setiap posternya dengan ilustrasi yang menjadi penjelas judul poster.

- Proses Eksekusi Rancangan Media Pendukung

Setelah rancangan buku selesai, tahapan eksekusi dilanjutkan dengan merancang media-media pendukung. Proses rancangan dilakukan dengan menggunakan aplikasi yang sama Adobe Illustrator 2020.



Gambar IV. 7 Proses Merancang Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Konsep media pendukung mengikuti alur distribusi AISAS seperti baliho, brosur dan konten digital facebook. Konten diambil dari literasi yang sudah dikumpulkan dengan tujuan untuk meringankan beban media utama. Ilustrasi tetap menjadi elemen visual utama dari rancangan media pendukung. Media pendukung lainya yang dirancang meliputi mug, stiker, t-shirt, totebag, x-banner, konten digital Facebook, gantungan. Seluruh media pendukung tersebut dirancang dengan tetap mengutamakan konsep yang menarik dan berkesan ilustratif.

IV.1.3. Tahap Paska-Produksi

Tahapan pasca-produksi merupakan tahapan yang dilakukan setelah produksi dengan memproduksi karya melalui output cetak atau digital. Setelah seluruh media rampung, maka seluruh media siap dipublikasikan serta didistribusikan sesuai dengan strategi penyebaran media yang telah dipaparkan sebelumnya.

Berikut adalah hal-hal yang meliputi tahapan pasca-produksi:

- Mengumpulkan output karya media dalam bentuk cetak atau digital.
- Melakukan distribusi AISAS media disesuaikan dengan strategi penyebaran media.
- Mulai mendistribusikan media sesuai jadwal yang ditentukan.
- Menempatkan media *attention* pada billboard & poster.
- Penyebaran media *interest* disebarakan dititik keramaian.
- Mengunggah media *search* disebarakan di media sosial *Facebook*.
- Melakukan penyebaran pada media *attention* ditempatkan pada tempat ramai.

- Melakukan *feedback* pada media *share* kepada audiens dengan menyediakan platform media sosial facebook sebagai wadah untuk saling berbagi pengalaman dan informasi seputar kelestarian macan tutul Jawa.

IV.2. Media Utama

Media utama dari perancangan kampanye sosial macan tutul Jawa adalah poster. Total jumlah halaman dalam buku ini adalah 6 Poster. Poster berisi muatan konten seputar pelestarian macan tutul dan manfaat praktis untuk masyarakat desa.



Gambar IV. 1 Poster Jangan berburu
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Poster

Ukuran: : A3
Material : Art Paper 260gsm
Teknis Produksi : Cetak Offset

Rancangan poster berukuran A3 menggunakan material Art Paper 260gsm dengan tujuan agar mudah diproduksi dalam jumlah banyak. Tampilan yang kontras dengan memainkan 2 warna utama coklat dan coklat muda. Warna coklat ditujukan agar poster berkesan seram dan untuk warna coklat muda lebih terang agar memberikan kesan tenang dan segar sehingga pembaca tidak jenuh melihat warna gelap saja. Supaya lebih menarik di tambah ilustrasi yang terpampang dengan jelas.



Gambar IV. 2 Poster Jangan Berburu
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada poster ini mengilustrasikan mangsa satwa macan tutul agar tidak diburu oleh masyarakat yang ditujukan kepada masyarakat yang memiliki kegemaran berburu babi hutan dan kancil.



Gambar IV. 3 Poster Menggunakan Topeng
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada poster ini mengilustrasikan penggunaan topeng di belakang kepala dan macan tutul seolah sedang mengintai. Penggunaan topeng sendiri dengan tujuan untuk menghindari sergapan macan tutul.



Gambar IV. 4 Poster Tips Bertemu Macan Tutul
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada poster ini menampilkan ilustrasi macan tutul yang sedang mengaum ditambah dengan tips bagaimana jika bertemu dengan macan tutul.



Gambar IV. 5 Poster Kelestarian
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian pada poster ini berisi tips sederhana bagaimana melestarikan macan tutul Jawa yang dapat dilakukan masyarakat.



Gambar IV. 6 Poster Peringatan Hewan Ternak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Poster ini menampilkan ilustrasi hewan ternak yang biasanya dilepasliarkan warga seperti ayam dan waga. Poster ditujukan untuk memperingati warga agar memasukan hewan ternaknya di kandang.



Gambar IV. 7 Poster Event
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Poster ini perilsan kampanye sosial yang menghadirkan pakar dan artis yang hobby hewan, tujuan lainya yaitu saat event untuk membagikan media merchandise dan menjadi ajang penyuluhan dan diskusi untuk masyarakat.

IV.3. Media Pendukung

Media pendukung dari perancangan kampanye sosial tentang kelestarian macan tutul Jawa berjumlah 10 jenis media. Media pendukung berfungsi memudah media utama dapat menyampaikan informasi sehingga muatan informasi dapat tersebar dan menjangkau audiens lebih luas dan mudah.

- **Media Sosial Facebook**



Gambar IV. 1 Konten Facebook
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Konten Facebook

- Ukuran : 1200 x 630 px
- Jenis : Konten Facebook
- Teknis Produksi : Digital

Konten media sosial facebook merupakan media *search* dan *share* dimana informasi publikasi digital yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan cepat. Muatan dalam konten berisi tentang informasi macan tutul Jawa.

- Baligho



Gambar IV. 2 Baligho
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Baligho

- Ukuran : 4 x 6 M
- Material : Flexi Jerman
- Teknis Produksi : Digital Printing

Baliho merupakan media *attention* sebagai penarik perhatian audien agar lebih penasaran mencari tahu tentang kampanye ini. Ukuran baliho dibuat besar agar dapat lebih mudah dilihat dari kejauhan oleh audien.

- Brosur



Gambar IV. 3 Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Brosur

Ukuran Cover : 21 x 29.7 cm
Material : Art Paper 150gsm
Teknis Produksi : Digital Printing

Brosur merupakan media *interest* sebagai media informasi tentang profil macan tutul Jawa. Brosur dipilih sebagai media pendukung yang mempermudah media utama disampaikan informasi pada khalayak sasaran.

- **Stiker**



Gambar IV. 4 Stiker
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Stiker

Ukuran : 4x6 cm
Material : vinyl
Teknis Produksi : Digital Printing

Stiker dipilih sebagai media pengingat yang berlaku sebagai merchandise dari event perilisan kampanye yang diperuntukan untuk audien yang hadir saat perilisan kampanye.

- **Gantungan**



Gambar IV. 5 Gantungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Gantungan

Diameter : 4,5 cm
Material : Plastic Doff
Teknis Produksi : Cetak Offset

Gantungan dipilih sebagai media pendukung yang berlaku sebagai merchandise dari event perilsan kampanye.

- **X-banner**



Gambar IV. 6 X-Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi X-Banner

Ukuran : 60 cm x 160 cm
Material : Flexi Jerman
Teknis Produksi : Digital printing

X-banner ini digunakan untuk media informasi sebelum perilsan event kampanye sosial sebagai ajang penyuluhan dan diskusi untuk masyarakat. Ditempatkan di tempat layanan umum masyarakat di ruangan *indoor*.

- **Chain Flag**



Gambar IV. 7 Chain Flag
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Chain Flag

Ukuran : 5 x 5 cm
Material : Art Paper 260 gsm
Teknis Produksi : Digital Printing

Digunakan untuk saat *event* perilisan kampanye sebagai hiasan untuk mempercantik tampilan tempat pembagian media merchandise di perilisan kampanye.

- **Mug**



Gambar IV. 8 Mug
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Mug

Material : keramik
Teknis Produksi : Digital Printing

Mug digunakan untuk saat *event* perilisan kampanye sebagai media merchandise dan sangat cocok digunakan untuk masyarakat karena keperluannya untuk minum.

- **Topi**



Gambar IV. 9 Topi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi Topi

Jenis : Topi *Trucker*

Teknis Produksi : Print DTF

Topi sebagai media merchandise diperuntukan untuk masyarakat yang beraktivitas atau bekerja di luar rumah khususnya untuk para petani dan buruh diperkebunan dapat melindungi dari terik matahari, Topi akan dibagikan saat *event* perilsan.

- ***T-shirt***



Gambar IV. 10 T-Shirt
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spesifikasi *T-Shirt*

Ukuran : L
Warna : Abu
Material : Cotton Combed 24s
Teknis Produksi : Print DTF

T-Shirt dipilih sebagai media pendukung yang berlaku sebagai merchandise dan akan dibagikan saat event perilisan kampanye.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial tentang kelestarian macan tutul Jawa melalui media poster merupakan bentuk penyelesaian masalah terkait konflik macan tutul dengan masyarakat. Media Poster ini merupakan bentuk solusi perancangan, dalam hal ini media poster hadir sebagai tindak pencegahan konflik masyarakat dengan macan tutul, yang diharapkan masyarakat dapat mengubah kebiasaan menghadapi satwa dilindungi tersebut. Perancangan menggunakan pendekatan elemen utama visual berupa ilustrasi yang menarik dan berfungsi sebagai penjelas dari setiap narasi persuasi yang disampaikan. Pendekatan tersebut dikombinasikan dengan rancangan yang tegas, seram dan dapat mudah dipahami audien. Dengan demikian, perancangan diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat yang tinggal dekat habitat macan tutul Jawa dengan adanya poster kampanye sosial macan tutul Jawa.

V.2. Saran

Perancangan kampanye sosial mengenai kelestarian macan tutul Jawa dapat terbilang minim untuk langsung melakukan pendekatan kepada masyarakat sekitar macan tutul Jawa. Meskipun jumlahnya sedikit sebagian masyarakat mendapat pengetahuan lebih untuk menghindari konflik dengan macan tutul Jawa. Oleh karena itu, saran selanjutnya adalah dengan membuat forum khusus untuk edukasi mengenai macan tutul Jawa. Misalnya, dengan membuat media video dan situs yang khusus membahas tentang macan tutul Jawa yang masyarakat desa dapat mengaksesnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aminuddin, 1995, *Stilistika: Pengantar Memahami Bahasa dalam Karya Sastra*, Semarang : IKIP Semarang Press
- Thahir, A, 2018, *Psikologi Perkembangan*, www.aura-publishing.com.
- Effendy, OU, 1989, *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung : PT. Mandar Maju
- IUCN, 2012. *IUCN Red List Categories and Criteria Version 3.1: Second Edition*. Gland, Switzerland and Cambridge, UK : IUCN. Jefkins, Frank. (1997), *Periklanan*, Jakarta: Erlangga
- Kathryn, B & Turner, PV 2013, *Laboratory Animal Welfare*, Academic Press, London.
- Kementrian Kehutanan Republik Indonesia, 2013, *Strategi dan Rencana Aksi Konservasi Macan Tutul Jawa (Panthera pardus melas) 2013-2023*, Kementrian Kehutanan Republik Indonesia.
- Klimchuk, MR & Krasovec SA, 2007, *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*, Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, 2010, *Modul Teori Komunikasi Verbal dan Nonverbal*, Jakarta: Raja Graffido Perkasa
- Rohidi & Tjetjep, R, 1984. *Lintasan Peristiwa dan Tokoh Seni Rupa Indonesia Baru*, Semarang: IKIP Semarang Press.
- Rustan, S, 2010, *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rachmat, 2010, *Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi

Sumber Jurnal

- Albar, D, 2011, *Struktur Dan Proses Komunikasi Dalam Poster Pemanasan Global Victor Van Gasbeek*. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 3(1). <https://doi.org/10.33375/vslt.v3i1.1096>
- Gunawan, H, 2010, *Habitat dan Penyebaran Macan Tutul Jawa (Panthera pardus melas Cuvier) di Lansekap Terfragmentasi*, Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Gunawan, H, Prasetyo, LB, Mardiasuti, A dan Kartono, AP, 2012, *Habitat Macan Tutul Jawa (Panthera Pardus Melas Cuvier 1809) Di Lansekap Hutan Tanaman Pinus*. DOI:10.20886/jphka.2012.9.1.049-067

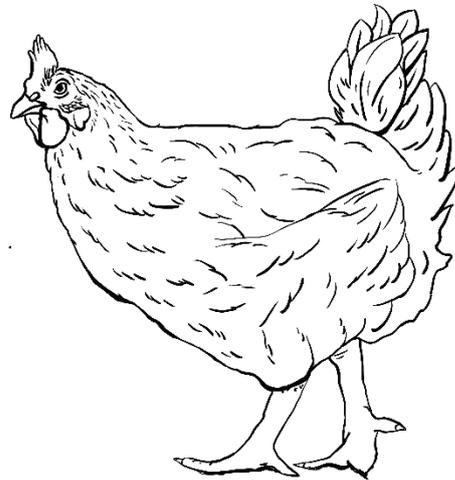
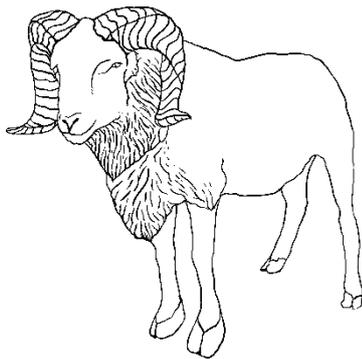
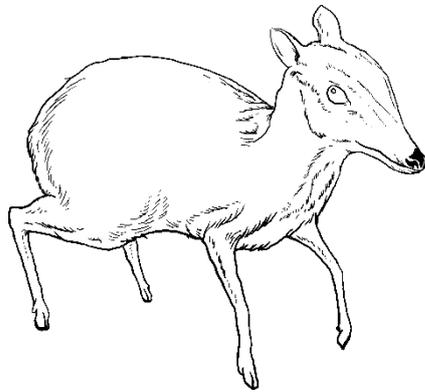
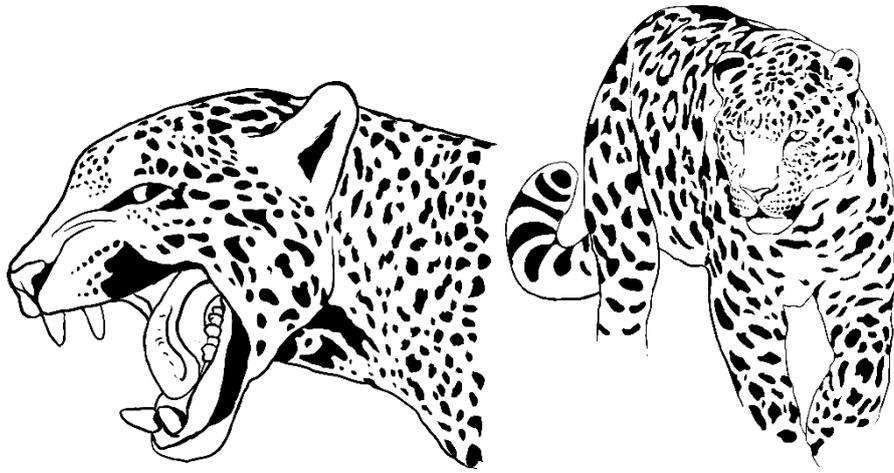
- Wibisono, TW, Wahyudi, HA, Pinondang, IMR, Primajati, M, Liswanto, D, & Linkie, M, 2018. Identifying priority conservation landscapes and actions for the Critically Endangered Javan leopard in Indonesia: Conserving the last large carnivore in Java Island. *Polos One*. <https://doi.org/10.1371/>
- Wilting, A, Patel, P, Pfestorf. H & Kern, C, 2016, Evolutionary history and conservation significance of the Javan leopard *Panthera pardus melas*. *Research Gate*. <http://dx.doi.org/10.1111/jzo.12348>

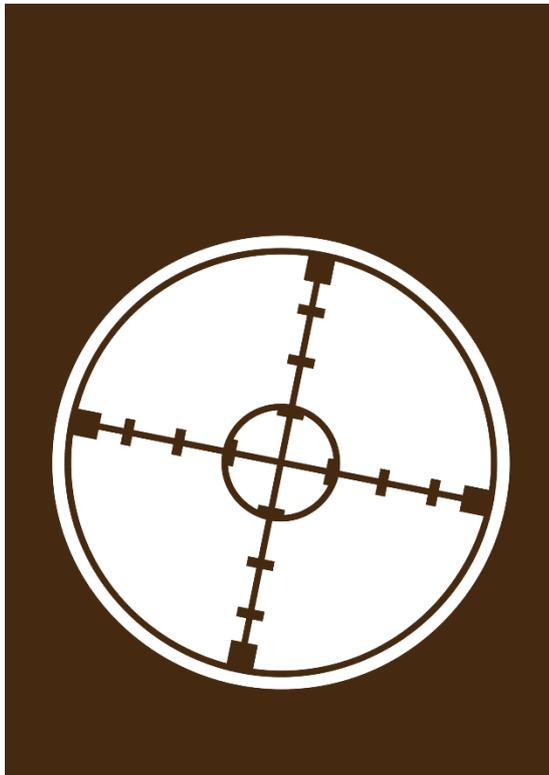
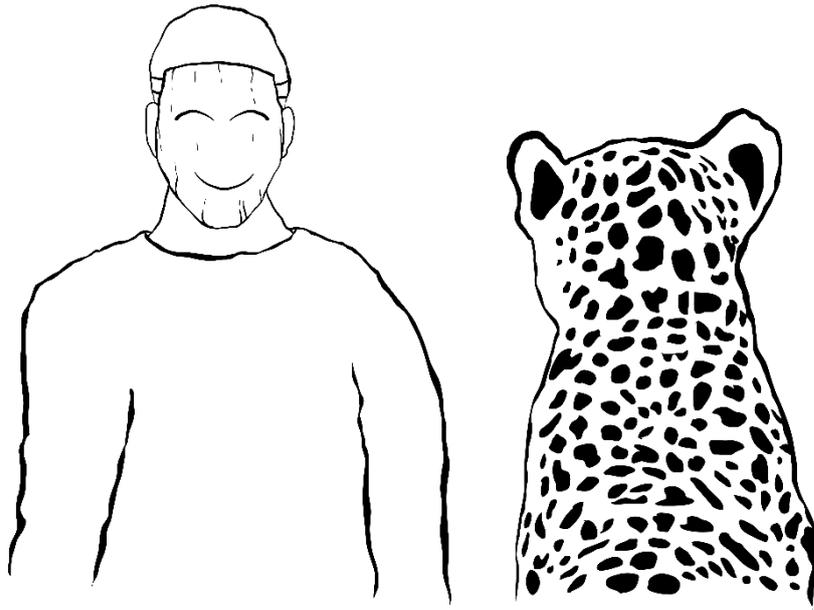
Sumber Halaman Website

- Anggraini, V, 2020, Pengertian Demografi. *Dosen Pintar*. Dikutip dari <https://dosenpintar.com/pengertian-demografi/> (5 Juli 2021).
- Apriando, T, 2015, Gerebek Toko Barang Antik di Bandung Temukan Puluhan “Souvenir” Satwa Dilindungi. <https://www.mongabay.co.id/2015/07/31/gerebek-toko-barang-antik-di-bandung-temukan-puluhan-souvenir-satwa-dilindungi>. Dilihat 7 September 2022
- Awaluddin, L, 2020, Tragis! Macan Tutul Penghuni Pegunungan Sanggabuana Ditembak Mati Pemburu. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5109739/tragis-macan-tutul-penghuni-pegunungan-sanggabuana-ditembak-mati-pemburu>. Dilihat 1 April 2016.
- Bilhaq, M, 2020, 7 Anggota Keluarga Kucing Besar. <https://www.idntimes.com/science/discovery/mutahassin-bilhaq/7-anggota-keluarga-kucing-besar-mana-yang-paling-keren-exp-c1c2?page=all>. Dilihat 21 Juli 2022.
- KBBI, 2022, Konservasi, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konservasi>. Dilihat 21 Juli 2022
- Permana, 2016, Apakah memakai topeng ampuh hindari serangan harimau. Diambil dari: <https://news.detik.com/berita/d-4812303/apakah-memakai-topeng-di-punggung-ampuh-hindari-serangan-harimau/3>. Dilihat 1 April 2016.
- Pudjiarti. H, 2015. Dengan Cara Berisik, Warga desa in Usir Macan Kumbang. Diambil dari: <https://nasional.tempo.co/read/693030/dengan-cara-berisik-warga-desa-ini-usir-macan-kumbang>. Dilihat 21 Juli 2022.

LAMPIRAN

Lampiran A. Sketsa Perancangan





SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini, penulis dan pihak perusahaan tempat penelitian, menyetujui:

“Untuk memberikan kepada Universitas Komputer Indonesia **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** atas perancangan ini dan **bersedia untuk diunggah**, sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kepentingan riset dan pendidikan. Berdasarkan SK Nomor : 2461/Sk/REKTOR/UNIKOM/V/2020 tentang Publikasi Karya Ilmiah Universitas Komputer Indonesia, bahwa Bab yang dibuka untuk umum yaitu Bab I, II dan V”.

Bandung, 2 September 2022

Penulis,

**Mengetahui,
Pembimbing**

Rizky Ramadhan

NIM. 51918099

Deni Albar, S.Sn., M.Ds.

NIP. NIP 4127 32 06 013

KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN

Informasi korespondensi penulis dan kontributor perancangan adalah sebagai berikut:

PENULIS

Nama Lengkap Mahasiswa : Rizky Ramadhan
NIM : 51918099
e-Mail yang aktif : milqifauzan@gmail.com
Kode Prodi PDDIKTI : 90241 (S1)

KONTRIBUTOR

Pembimbing

Nama Lengkap Dosen : Deni Albar, S.Sn., M.Ds.
NIP : 4127 32 06 013
NIDN/NIDK : 0421028202
e-Mail yang aktif : deni.albar@email.unikom.ac.id

Lampiran A. Riwayat Hidup

A. Biodata Diri



Nama : Rizky Ramadhan
NIM : 51918099
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 23 Desember 1999
Jenis Kelamin : laki – laki
Alamat : Jl. Sukanegla Gg.maja 2 No.41
RT04/RW01 Kelurahan: Antapani Kulon,
KOTA BANDUNG, ANTAPANI
(CICADAS), JAWA BARAT, ID, 40291
No.Telepon : 083124296858
Email : rizkyramaadhan23@gmail.com

B. Pendidikan

NO.	Nama Sekolah / Perguruan Tinggi	Tahun
1	SD Negeri Sulaksana 2	2006 – 2012
2	SMP Negeri 20 Bandung	2012 – 2015
3	SMK PU Negeri Bandung	2015 – 2018
4	Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia (S1)	2018

Saya menyatakan bahwa semua informasi yang diberikan pada daftar riwayat hidup ini benar adanya.