BAB II
GERAKAN SAYANGI HEWAN DAN KAMPANYE SOSIAL SEBAGAI SOLUSI

II.1 Gerakan Sayangi Hewan

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009), binatang atau hewan adalah makhluk bernyawa yang mampu bergerak (berpindah tempat) dan mampu bereaksi terhadap rangsangan, tetapi tidak berakal budi.

Seperti halnya manusia, semua makhluk yang bernyawa memerlukan perlindungan untuk hidup dengan nyaman, damai dan sejahtera. Hewan, manusia dan tumbuhan adalah makhluk hidup yang saling ketergantungan satu sama lain. Semua itu membentuk sebuah mata rantai yang tidak dapat dipisahkan. Jika salah satu aspek hilang, rantai tidak dapat berputar sesuai porosnya. Bila rantai tersebut tidak berputar, maka akan ada beberapa aspek lain yang akan ikut hilang.

Maka dari itu sebelum semakin banyaknya hal buruk yang terjadi, dari sekarang mulai melakukan pelestarian terhadap hewan. Tidak harus melakukan hal atau tindakan dalam skala besar untuk hal tersebut, tetapi tindakan kecil saja sudah dapat mewakili kegiatan pelestarian ini. Disamping itu, tidak perlu memelihara hewan sebagai tanda bukti sayang dan peduli kepada hewan. Contoh dari hal sederhana yang dapat dilakukan adalah memberi makan hewan dan tidak memperlakukan hewan dengan kasar.

Seperti yang dilakukan oleh komunitas pecinta fauna di Universitas Indonesia (UI). Komunitas pecinta fauna atau yang biasa disebut Garda Satwa merupakan komunitas yang sudah tersebar di seluruh Jakarta. Salah satu kegiatan dari komunitas ini adalah memberikan makanan kepada kucing yang banyak bertebaran di kampus. Makanan kucing tersebut pun dibagikan secara gratis kepada anggota komunitas.

Kegiatan dari komunitas tersebut patut diapresiasi dalam rangka melestarikan hewan. Kendala makanan hewan yang tergolong mahal tidak menjadi penghalang komunitas ini membagikan makanan yang sesuai dengan hewan, terutama hewan liar. Apalagi, pembagian makanan hewan tersebut dibagikan secara gratis untuk menunjang gizi hewan liar yang tidak menentu, seperti kucing.

Hal serupa juga dilakukan oleh Fakultas Kedokteran Hewan Institut Pertanian Bogor. esuai dengan ranah keilmuan, mahasiswa kedokteran hewan IPB mengadakan kegiatan bernama Pet Care Day. Acara tahunan ini diselenggarakan atas bentuk kepedulian terhadap dunia hewan. Acara ini terdiri dari pertunjukan musik, berbagai stand komunitas pecinta hewan, dan konsultasi gratis dari dokter hewan.

Perhatian akan kepedulian terhadap hewan juga di tunjukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Profauna Indonesia. LSM ini merupakan lembaga independen nonprofit berjaring internasional yang bergerak di bidang perlindungan dan pelestarian satwa liar dan habitatnya. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan oleh lembaga ini, seperti kampanye, penyuluhan, penyelamatan, dan investigasi. Bahkan, lembaga ini juga membuat majalah yang sekaligus menjadi media informasi Profauna Indonesia.

Akan tetapi, kegiatan penyelamatan dan pelestarian hewan ini hanya berpusat di beberapa daerah saja, seperti Jakarta dan Bogor. Hal yang sama masih belum terlihat di beberapa daerah lainnya di Indonesia. Hal tersebut sangat disayangkan karena tujuan kegiatan pelestarian hewan yang sangat bagus dan banyak manfaat tidak diikuti dengan banyaknya perhatian masyarakat.

Sementara peran pemerintah dalam melakukan tindakan atau upaya pelestarian hewan tidak terdengar seperti saat menggiatkan pelestarian terhadap lingkungan. Padahal, pelestarian hewan dan lingkungan merupakan dua hal yang sama penting.

Kasus banyaknya hewan yang mati di Kebun Binatang Surabaya pun belum menggugah perhatian pemerintah. Bahkan Berita tersebut berlalu begitu saja. Padahal Bila pemerintah tidak melakukan kegiatan pelestarian hewan terlebih dahulu, masyarakat juga tidak akan tertular kegiatan yang positif tersebut. Bagaimanapun pemerintah masih menjadi patokan masyarakat dalam melakukan sesuatu. Oleh karena itu, kesadaran pemerintah harus dibentuk agar kesadaran masyarakat juga ikut terbentuk dalam melestarikan hewan.

II.2 Fakta Kasus Kekerasan Terhadap Hewan.

Berbagai kasus tindak kekerasan terhadap hewan akhir-akhir ini sering kali terjadi. Tidak hanya terjadi terhadap hewan jinak seperti hewan peliharaan, hewan buas juga mengalami hal yang serupa. Kasus terbaru yang banyak menyita perhatian adalah kasus yang terjadi di kebun binatang Surabaya (KBS).

Menurut penelusuran Dinas Peternakan, dalam setahun ini setidaknya 160 ekor satwa KBS yang mati, dan dalam sepekan terakhir terdapat tujuh satwa yang mati. (dikutip dari tempo.co, 10 juli 2015, diakses 10 juli 2015 pukul 09:20).

Menurut kepala dinas peternakan Jawa timur, Suparwoko (seperti dikutip tempo.co, 10 juli 2015) menjelaskan bahwa penyebab utama matinya para satwa di KBS adalah ketidak tersediaan jodoh dan sempitnya lokasi kandang. Ukuran kandang di KBS yang 4 meter persegi membuat satwa kesulitan melakukan aktifitas.

Sementara itu Berdasarkan hasil investigasi yang dilakukan lima dokter hewan yang ditunjuk Dinas Peternakan (seperti dikutip tempo.co, 10 juli 2015) menunjukkan bahwa pola makan hewan di KBS juga tidak teratur karena diberikan oleh pawang yang kurang berkompeten. Sedangkan kondisi kebersihan kandang juga sangat buruk.



Gambar II.1 Melani, Harimau Sumatera betina di KBS yang kurus kering akibat dikasih makan, makanan mengandung zat formalin.
Sumber : https://www.change.org/p/menhut-zul-hasan-segera-bertindak-selamatkan-satwa-kebun-binatang-surabaya. (diakses 10 juli 2015 pukul 10:15)

Di daerah lain, kasus kekerasan juga dialami seekor gajah sumatera bernama Papa Gank. Kejadian ini terjadi di aceh pada bulan juli 2013. Belalai dan bagian kepala Papa Genk terpotong, darah berceceran di mana-mana, batok kepala dan gadingnya hilang. Bau bangkai menyengat akibat ditinggalkan begitu saja di Desa Ranto Sabon, Sampoiniet, Calang, Aceh Jaya. Terlihat pula tiga botol air mineral dan sandal yang diduga milik pelaku pembantaian. Diduga, Papa Gank ditumbangkan dengan perangkap ranjau sebelum dibantai dan dimutilasi. (seperti dikutip fimela.com, diakses 10 juli 2015 pukul 10:31).

Dua kasus diatas hanya sebagian kecil dari banyaknya kasus tindak kekerasan terhadap hewan yang terkuak. Diluar dari dua kasus tersebut masih banyak kasus dengan pelaku dan tindak kekerasan yang beragam.



Gambar II.2 Papa gank, Gajah Sumatera yang di bantai dan dimutilasi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.
Sumber : http://www.fimela.com/news-entertainment/ (diakses 10 juli 2015 pukul 10:38)

II.3 Upaya Penanggulangan kasus kekerasan terhadap hewan.

Saat ini masyarakat yang tergabung dalam kelompok pecinta hewan sedang gencar-gencarnya mengumpulkan petisi untuk mengusulkan kepada pemerintah agar menindak tegas setiap pelaku tindak kekerasan terhadap hewan.

Sebenarnya pemerintah juga tidak tinggal diam mengenai kasus tindak kekerasan terhadap hewan yang akhir-akhir ini marak sekali terjadi. Hal tersebut dapat dilihat dari dikeluarkannya pengakuan pentingnya kesejahteraan hewan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 yang direvisi menjadi Undang-undang Nomor 41 Tahun 2014 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan.

Dalam undang-undang itu disebutkan, kesejahteraan hewan adalah segala urusan yang berhubungan dengan keadaan fisik dan mental hewan menurut ukuran perilaku alami hewan yang perlu diterapkan dan ditegakkan untuk melindungi

hewan dari perlakuan setiap orang yang tidak layak terhadap hewan yang dimanfaatkan manusia.

Kemudian Ketentuan kesejahteraan hewan di undang-undang itu dirinci lagi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 95 Tahun 2012 tentang Kesehatan Masyarakat Veteriner dan Kesejahteraan Hewan. Peraturan itu, antara lain, mengatur perlakuan terhadap hewan. yaitu cara memperlakukan hewan, menggunakan sarana dan peralatan yang tidak menyakiti, tidak melukai, dan/atau tidak mengakibatkan stres.

Selain itu upaya perlindungan hewan di Indonesia juga tertera dalam tujuh prinsip kesejahteraan hewan di Indonesia yang tercantum dalam undang-undang nomor 18 tahun 2009. Ketujuh prinsip itu adalah

1. Penangkapan dan penanganan satwa dari habitatnya harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dibidang konservasi.
2. Penempatan dan pengandangan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga memungkinkan hewan dapat mengekspresikan perilaku alaminya.
3. Pemeliharaan, pengamanan, perawatan, dan pengayoman hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga hewan bebas dari rasa lapar dan haus, rasa sakit, penganiayaan dan penyalahgunaan, serta rasa takut dan tertekan.
4. Pengangkutan hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehinga hewan bebas dari rasa takut dan tertekan serta bebas dari penganiayaan.
5. Penggunaan dan pemanfaatan hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga hewan bebas dari penganiayaan dan penyalahgunaan.
6. Pemotongan dan pembunuhan hewan dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga hewan bebas dari rasa sakit, rasa takut dan tertekan, penganiayaan, serta penyalahgunaan.
7. Perlakuan terhadap hewan harus dihindari dari tindakan penganiayaan dan penyalahgunaan.

Sumber : Undang-undang nomor 18 tahun 2009 tentang peternakan dan kesehatan hewan. (seperti dikutip kompas.com 29 april 2015, diakses 11 juli 2015 pukul 10:54).

II.4 Solusi Permasalahan

Permasalahan dari kejadian tindak kekerasan terhadap hewan ini sudah sampai pada titik yang memperihatinkan. Dimana harus ada penyelesaian secepatnya sebelum semakin banyak kejadian lain yang lebih parah. Solusi dari permasalahan yang terkait tindak kekerasan terhadap hewan ialah harus ada upaya untuk menghimbau serta memberikan informasi kepada masyarakat bahwasanya menyakiti hewan sama halnya dengan menyakiti manusia.

Oleh karena itu kampanye sosial merupakan media atau sarana yang tepat. karena dengan cara ini informasi akan mudah sampai dan dipahami oleh masyarakat agar tidak ada lagi kasus-kasus tindak kekerasan terhadap hewan lainnya.

Sesuai yang telah dijabarkan diatas bahwa solusi permasalahan dari kejadian tindak kekerasan terhadap hewan ini adalah melalui media kampanye sosial. Kampanye sosial disini bertujuan untuk:

1. memberikan himbauan kepada masyarakat untuk tidak menyakiti hewan
2. memberikan informasi kepada masyarakat akan dampak yang akan ditimbulkan jika menyakiti hewan.
3. Memberikan pemahaman kepada masyarakat jika menyakiti hewan merupakan perbuatan yang melanggar hukum.

II.5 Kampanye Sosial

II.5.1 Pengertian kampanye

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7).

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling popular dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi (Grossberg, 1998; Snyder, 2002; Klingemann & Rommele, 2002). Hal ini didasarkan kepada dua alasan. Pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan

Definisi Rogersda Storey juga umumnya dirujuk oleh berbagai ahli dari disiplin ilmu yang berbeda seperti ilmu politik dan kesehatan masyarakat. Beberapa definisi lain yang sejalan dengan batasan yang disampaikan Rogers dan Storey diantaranya sebagai berikut :

Pfau dan Parrot (1993)

"A campaigns is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified period of time for the purpose of influencing a specified audience" (Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah diterapkan).

Leslie B. Snyder (Gudykunst & Mody, 2002)

"A communication campaigns is an organized communication activity, directed at a particular audience, for a particular period of time, to achieve a particular goal" (Kampanye komunikasi adalah tindakan komunikasi yang terorganisasi yang diarahkan pada khalayak tertentu, pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu).

Rajasundarman (1981)

"A campaigns is acoordinated use of different methods of communication aimed at focusing attention on a particular problem and its solution over a period of time" (Kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode

komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tertentu berikut pemecahannya).

Merujuk pada definisi-definisi diatas, maka kita dapat melihat bahwa dalam setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya mengandung empat hal, yaitu tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

Selain empat pokok ciri diatas, kampanye juga memiliki ciri atau karakteristik yang lainnya, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye (campaign makers), sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat.

Selain itu pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk didiskusikan, bahkan gagasan-gagasan pokok yang melatarbelakangi diselengarakannya kampanye juga terbuka untuk dikritisi. Keterbukaan seperti ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan. Dengan demikian kampanye pada prinsipnya adalah contoh tindakan persuasi secara nyata. Dalam ungkapan Perloff (1993) dikatakan *"Campaigns generally exemplify persuasion in action".* (Venus, 2004:7)

Sementara pengertian Kampanye sosial itu sendiri adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifal non komersial.

II.5.2 Media Kampanye

Untuk menunjang kampanye agar mudah diterima dan dipahami masyarakat tentunya diperlukan media yang tepat. Media tersebut seharusnya media yang mudah dilihat dan ditemukan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

II.5.3 Target Audiens

a. Aspek Demografis

Pelaku tindak kekerasan terhadap hewan hampir dilakukan oleh semua kelompok usia masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan diawal jika pelaku dengan usia antara 19 tahun sampai 30 tahun sebanyak 56 persen. Sedangkan usia remaja antara 18 tahun kebawah sebanyak 27 persen dengan latar belakang pendidikan yang beragam pula. Mereka berasal dari golongan masyarakat berpenghasilan rendah, sedang sampai yang tertinggi. Dengan latar belakang pendidikan Sekolah Dasar hingga Perguruan tinggi. Umumnya tindak kekerasan yang mereka lakukan karena faktor emosi serta kurangnya pengetahuan jika menyakiti hewan sama halnya dengan menyakiti manusia.

b. Aspek Psikografis

Pendidikan yang tinggi dan status sosial masyarakat tidak menjamin seseorang memahami akan pentingnya menjaga sikap toleransi antar sesama makhluk hidup. Dalam hal ini antara manusia dengan hewan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kasus tindak kekerasan terhadap hewan yang di lakukan masyarakat.

c. Aspek Geografis

Target audiens dari kampanye sosial kekerasan terhadap hewan ini di prioritaskan di Indonesia. Karena tindak kekerasan tidak hanya terjadi di sebuah daerah tertentu. Akan tetapi hampir disemua pelosok daerah di Indonesia dengan tindak kekerasan yang beragam.