BAB III
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3. 1 Kampanye Penyelamatan Harimau Sumatera

Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam Venus (2004, 7), mendefinisikan kampanye sebagai "serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu". Apapun ragam dan tujuannya, upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.

Ostergaard dalam Venus (2004:10), menyebut ketiga aspek tersebut dengan istilah "3A" yaitu *awarness, attitude* dan *action*. Ketiga aspek ini bersifat saling terkait dan merupakan sasaran pengaruh yang harus dicapai secara bertahap agar satu kondisi perubahan dapat tercipta. *Awarness* dalam aspek pertama oleh Ostergaad berarti menggugah kesadaran, menarik perhatian dan memberi informasi tentang produk dan gagasan yang disampaikan. Beberapa macam jenis kampanye sosial, yaitu:

1. Kampanye Hitam (*Black Campaign*)

Kampanye hitam atau yang biasa dikenal sebagai *black campaign* adalah suatu model atau perilaku cara berkampanye yang dilakukan dengan menghina, memfitnah, mengadu domba, menghasut atau menyebarkan berita bohong yang dilakukan oleh seorang calon atau sekelompok orang atau partai politik atau pendukung seorang calon terhadap lawan atau calon lainnya. Menurut Agung Suprio, seorang pengamat politik dari Universitas Indonesia, kampanye hitam biasanya tidak memiliki dasar dan fakta, fitnah dan tidak relevan diungkapkan terkait parpol maupun tokoh. Hal ini dengan kata lain hanya untuk menjatuhkan pihak lawan agar pendukung lawan dapat merubah pemikiran pendukung lawan untuk menjadi pihak yang pro kontra. Kampanye hitam dapat terjadi dimana saja dan dibuat oleh siapa aja dengan tujuan yang sama yaitu menjatuhkan lawan. Lawan dalam hal ini adalah bisa berupa lawan

kandidat politikus atau hal lainnya. Berikut ini adalah contoh dari kampanye hitam yang terjadi di Jakarta ketika Jokowi menjabat sebagai pemimpin di Jakarta. Biasanya hal ini dilakukan oleh sekelompok orang yang pro atas kepemimpinan suatu orang dengan membuat bermacam karya visual dengan unsur negatif yang kemudian dibawa ke media publik agar masyarakat dapat melihat dan mempertimbangkan visualisasi yang ditunjukkan.



Gambar 3.1 Kampanye Hitam
Sumber: http://statik.tempo.co/data/2014/05/04/id_286622/286622_620.jpg (12 Juli 2014)

2. Kampanye Negatif (*Negative Campaign*)

Kampanye negatif adalah kampanye yang menyerang lawan politik dengan menggunakan fakta atau kebijakan si lawan. Dalam kampanye ini, pihak lawan atau pihak ketiga mengeluarkan data-data dan fakta negatif mengenai salah satu kandidat dalam pemilu. Data dan fakta tersebut setelah diselidiki benar adanya, dan disebarkan dengan tujuan menegatifkan dan menjatuhkan salah satu kandidat tersebut. Meskipun kampanye seni stensil ini telah tidak ada lagi, namun hal ini sempat didokumentasikan. Antaranya beberapa gambar berikut ini yang telah di dokumentasikan sebelumnya.

Berikut ini adalah contoh dari kampanye negatif yang dilakukan seseorang hanya untuk mengarahkan kemana masyarakat akan memilih sesuatu. Bahkan untuk memberikan sebuah pilihan kepada masyarakat untuk member pertimbangan pemilihan yang menurutnya dianggap tepat.



Gambar 3.2 Kampanye Negatif
Sumber: http://2.bp.blogspot.com/-9T6QWCYvgkY/U0ErUfOhRSI/AAAAAAAAEx0/V4sjdmWzW-o/s1600/kampanye+negatif.jpg (12 Juli 2014)

3. 2 Lokasi dan Waktu Kampanye Penyelamatan Harimau Sumatera

Berikut adalah kawasan dimana karya penyelamatan harimau Sumatera berlangsung, yakni berada di Jalan Tamblong Kota Bandung. Gambar berikut ialah peta dari Jalan Tamblong kota Bandung. Dimana Jalan Tamblong merupakan lokasi yang dekat dengan hotel Grand Preanger dan Rumah Sakit Umum Bungsu. Menurut www.indotravelers.com mengungkapkan bahwa Jalan Tamblong di Kota Bandung merupakan wisata jalan kaki.



Gambar 4.3 Peta Jalan Tamblong Bandung
Sumber: *Google Maps (17 April 2013)*

Dan di Jalan Tamblong ini merupakan tempat yang sangat ramai di lalu lalang oleh masyarakat Bandung karena merupakan pusat kota di Bandung. Di Jalan Tamblong sering kali menjadi sasaran para pelaku seni graffiti dalam berekspresi, tidak heran jika karya stensilpun dapat ditemui dan menjadi lokasi pilihan di Jalan Tamblong. Dimana Jalan Tamblong sebagai tempat yang tepat untuk berekspresi dan dimana masyarakat dapat melihat secara terbuka.



Gambar 3.5 Jalan Tamblong Bandung
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar diatas adalah gambaran dari kawasan Jalan Tamblong Bandung yang terlihat di sore hari. Jika diperhatikan lebih dalam, gambar diatas memberikan penjelasan secara nyata bahwasannya Jalan Tamblong merupakan tempat yang strategis dan cukup ramai dilewati berbagai kalangan masyarakat di kota Bandung. Jalan dengan satu jalur ini banyak dilewati oleh kendaran pribadi seperti mobil, motor, sepeda bahkan kendaraan umum seperti *angkot*, bus kota dan kendaraan umum lainnya.

Tembok-tembok di sisi jalan merupakan tempat yang dianggap tepat untuk mengerjakan sebuah karya stensil. Dengan tembok yang ada di sisi jalan menjadi tempat yang banyak dilihat oleh masyarakat atau khalayak yang melewati jalan di kawasan tamblong. Masyarakat yang melewai kawasan tamblong pun beragam, mulai dari karyawan, mahasiswa dan profesi lain. Sehingga kawasan Tamblong adalah kawasan yang selalu ramai dengan penduduk dan pendatang dari luar kota Bandung.



Gambar. 3.6 Kawasan Jalan Tamblong
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Menurut penduduk setempat dimana peneliti sebelumnya telah menulusuri dan memastikan kapan karya stensil penyelamatan harimau Sumatera tersebut berlangsung ialah ketika awal dari tahun 2011 hingga bulan maret 2014. Tidak diketahui alasan dari ditiadakannya lagi karya stensil penyelamatan harimau Sumatera tersebut namun menurut warga sekitar karya tersebut memang sudah tidak baik lagi kondisinya karena telah berada lama di Jalan Tamblong. Hingga saat ini tidak ditemukannya lagi tanda-tanda dari karya stensil penyelamatan harimau Sumatera tersebut.

3. Asumsi Tujuan Kampanye Penyelamatan Harimau Sumatera

Asumsi dari kampanye penyelamatan harimau Sumatera adalah menyampaikan suatu pesan yang berisi tentang ajakan kepada masyarakat atau mempengaruhi masyarakat agar dapat mengerti maksud dan tujuan dari apa yang akan dikomunikasikan. Dalam kampanye penyelamatan harimau Sumatera, memiliki tujuan untuk memberi kesadaran kepada masyarakat kota Bandung khususnya masyarakat yang kesehariannya menghabiskan waktu di kawasan Tamblong kota Bandung untuk dapat peka terhadap fenomena lingkungan sekitar.

Harimau Sumatera diangkat sebagai tema kampanye dengan tujuan menyadari bahwa habitat langka harimau Sumatera dimana habitat yang dimiliki oleh Indonesia dan satu-satunya di dunia saat ini sedang dalam kondisi yang terpuruk. Kampanye penyelamatan harimau Sumatera mengharapkan masyarakat dimanapun dapat lebih memiliki andil dalam penyelamatan habitat hewan yang langka.

3. 4 Visualisasi Media Kampanye Penyelamatan Harimau Sumatera

“Tidak memiliki tempat berlindung” kalimat inilah yang disampaikan oleh pembuat karya stensil. Dimana dalam gambar disampaikan sebuah pesan yang mendalam mengenai punahnya spesies dari harimau Sumatera. Karya stensil dengan warna hitam dan putih menampilkan kepala harimau dan tubuh manusia yang terlihat sedang

duduk atau bersandar lengkap dengan pakaian dan sepatu yang dikenakan. Dalam gambar terlihat sebuah tangan yang menahan sebuah kertas atau benda yang bertuliskan "*HOMELESS PLEASE HELP*" dimana jika dalam bahasa Indonesia akan menjadi sebuah kata "TIDAK ADA TEMPAT BERLINDUNG".



Gambar 3.7 Visualisasi Kampanye Penyelamatan Harimau Sumatera
Sumber: Peneliti 2014

Jika dilihat kembali dalam visual ini terdapat balon kata, sebuah kalimat lain yang terdapat dalam balon kata tersebut bertuliskan "SAAT INI RUMAU TERAKHIR HARIMAU SUMATERA TELAH DIMUSNAHKAN". Meskipun tulisan tersebut dibuat dengan teknik diluar stensil, namun tulisan tersebut masih menjadi bagian dari karya stensil penyelamatan harimau Sumatera karena terdapat sebuah petunjuk yaitu garis yang memanjang menuju gambar dari harimau Sumatera tersebut yang mempertegas bahwa seolah-olah harimau tersebut sedang berbicara. Karya stensil ini memiliki panjang 77cm dan tinggi 130cm, merupakan sebuah ukuran yang cukup besar untuk dapat dilihat penduduk kota Bandung yang melewati Jalan Tamblong.