



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Let's Adopt! Indonesia adalah organisasi nirlaba yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan hidup hewan peliharaan di Indonesia dengan bantuan dari relawan, donatur, dan organisasi-organisasi dengan minat serupa. Beberapa program yang telah diselenggarakan Let's Adopt! Indonesia antara lain: steril bersubsidi, TNR atau *Trap-Neuter-Return*, edukasi masyarakat, dan juga *rescue*. Tentunya program-program ini sejalan dengan misi utamanya, yakni untuk menciptakan kondisi hidup yang lebih layak bagi hewan, khususnya anjing dan kucing di Indonesia.

Namun, program dari organisasi nirlaba di bidang perlindungan hewan yang dikenal oleh mayoritas responden umumnya hanya seputar aktivitas *rescue* dan penampungan hewan, padahal sesungguhnya ada banyak jenis program yang lebih beragam, seperti program steril bersubsidi, TNR, dan edukasi, yang ditawarkan oleh Let's Adopt! Indonesia, di mana sifatnya bukan hanya sebatas menangani kasus penelantaran hewan domestik di Indonesia, namun juga mencegah terjadinya lebih banyak kasus serupa di kemudian hari. Sayangnya, data dari survei menunjukkan bahwa 70% responden dari wilayah Jabodetabek belum mengetahui tentang organisasi Let's Adopt! Indonesia dan program-programnya, padahal mayoritas responden sifatnya senang berdonasi untuk membantu pihak-pihak yang membutuhkan, baik itu organisasi yang bergerak di bidang perlindungan hewan (46%) maupun organisasi nirlaba yang bergerak di bidang lain (25%). Umumnya, alasan masyarakat berdonasi adalah rasa ingin membantu sesama, khususnya hewan-hewan yang terlantar, untuk berkontribusi dalam menciptakan kehidupan yang lebih layak bagi mereka. Maka dari itu, sesungguhnya program yang dijalankan oleh Let's Adopt! Indonesia sejalan dengan motivasi masyarakat dalam berdonasi, namun masih jarang yang berdonasi ke Let's Adopt! Indonesia karena mayoritas belum pernah mendengar

dan mengetahui tentang keberadaan program dan organisasi Let's Adopt! Indonesia.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya Let's Adopt! Indonesia menawarkan berbagai macam program yang sejalan dengan visi masyarakat yang berminat di bidang kesejahteraan hidup hewan domestik di Indonesia, namun masyarakat ini masih belum aktif berdonasi ke Let's Adopt! Indonesia karena kurangnya pengetahuan mengenai eksistensi organisasi Let's Adopt! Indonesia serta program-program unggulannya. Sebagai organisasi nirlaba yang sepenuhnya bergantung pada dukungan dari pihak-pihak dengan minat yang serupa, Let's Adopt! Indonesia tidak dapat memberi dampak yang maksimal kepada isu penelantaran dan kesejahteraan hewan domestik di Indonesia apabila programnya tidak menarik perhatian dari audiens yang sebanyak mungkin, khususnya para calon donatur.

Oleh sebab itu, penulis mengajukan perancangan media promosi untuk membantu Let's Adopt! Indonesia memaksimalkan jangkauan programnya, terutama dalam hal memperkenalkan kinerja organisasi dan program-programnya kepada masyarakat sehingga bisa meyakinkan dan mengajak para calon donatur untuk berdonasi. Dengan ini, masyarakat dapat ikut berpartisipasi bersama Let's Adopt! Indonesia dalam meminimalisir tingkat penelantaran dan menciptakan kualitas hidup yang lebih layak bagi para hewan peliharaan di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana menaikkan minat donatur dengan mengkomunikasikan keunikan program-program Let's Adopt! Indonesia melalui perancangan promosi?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan topik yang diangkat, batasan masalah dibagi ke dalam beberapa aspek yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Demografis

Media promosi yang dirancang memiliki target pria dan wanita berusia 18-30 tahun dari kelas sosial menengah. Pemilihan rentang usia tersebut adalah karena dalam usia ini masyarakat cenderung sudah produktif

dengan penghasilan yang memungkinkannya untuk memiliki hewan peliharaan sendiri dan/atau berdonasi ke organisasi seperti Let's Adopt! Indonesia. Data dari riset oleh Wakefield Research (2014) juga membuktikan bahwa rata-rata seorang milenial mendapatkan peliharaan pertamanya pada usia 21 tahun, sehingga masuk dalam rentang usia ini.

2. Geografis

Media promosi ini ditujukan kepada warga Jakarta dan sekitarnya, sebab pelaksanaan program Let's Adopt! Indonesia sering berbasis di area Jabodetabek.

3. Psikografis

Media promosi ini menargetkan orang-orang yang memiliki hobi dan minat seputar hewan domestik, khususnya anjing dan kucing, serta minat atau ketertarikan terhadap organisasi nirlaba yang bergerak di bidang perlindungan hewan domestik.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Menaikkan minat donatur dengan mengkomunikasikan keunikan program-program Let's Adopt! Indonesia melalui perancangan promosi.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan media promosi ini dapat memberikan beberapa manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Lewat tugas akhir ini, memperoleh wawasan baru mengenai isu kesejahteraan hewan domestik di Indonesia serta cara mengatasinya melalui program-program yang dilaksanakan oleh organisasi nirlaba seperti Let's Adopt! Indonesia.

2. Bagi orang lain

Tugas akhir ini diharapkan bisa meningkatkan potensi jangkauan Let's Adopt! Indonesia, terutama dalam hal meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai program-programnya dan menarik minat untuk berdonasi, sehingga pihak Let's Adopt! Indonesia bersama dengan

masyarakat umum dapat bekerjasama dalam meningkatkan kesejahteraan hewan domestik di Indonesia.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Laporan tugas akhir ini bisa menjadi referensi bagi mahasiswa angkatan berikutnya, terutama bagi yang ingin menulis tugas akhir seputar topik yang sama, yakni perancangan promosi dan/atau program organisasi nirlaba di bidang perlindungan hewan.



UMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A