



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

Populasi kucing di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun dan hingga saat ini dapat dikatakan bahwa terdapat overpopulasi kucing. Menurut data milik DKPKP, terdapat 29.504 ekor kucing di Jakarta pada tahun 2018 (Kumparan, 2019). Berdasarkan acuan data tersebut, didapat bahwa jumlah kucing akan meningkat sekitar hampir 5 kali lipat tiap tahunnya. Sedangkan, berdasarkan data rekapitulasi kucing di Jakarta tahun 2018 yang dirilis oleh Pemprov DKI Jakarta (2019), hanya terdapat 1.060 kucing jantan dan 372 kucing betina yang disterilisasi sehingga dapat disimpulkan bahwa masih banyak kucing yang belum disteril. Salah satu langkah untuk menangani overpopulasi kucing telantar adalah sterilisasi. Praktik sterilisasi tersebut belum banyak dilakukan khususnya bagi kucing domestik, maka perlu adanya suatu organisasi atau yayasan yang mau turun tangan dalam menangani hal tersebut. Salah satu yayasan yang memiliki inisiatif untuk melakukan sterilisasi adalah Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia.

Dalam melakukan program sterilisasi ini, kebutuhan dana bersumber dari donasi dan juga *sponsorship*. Namun, promosi yang dilakukan oleh Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia belum dapat menjangkau target audiens karena jangkauannya yang masih terbatas sehingga yayasan masih terus berupaya untuk menyebarkan promosi yang mereka lakukan untuk program sterilisasi yang akan dijalankan. Selain itu, yayasan juga memiliki keterbatasan dalam pembuatan konten promosi dikarenakan belum memiliki tim desainer. Wawancara kepada Anna Mei Rani, selaku *founder* Yayasan Djaboers Pecinta Kucing mengatakan bahwa program sterilisasi gratis dapat berjalan apabila yayasan memiliki ketersediaan dana yang cukup, adanya sponsor, dan juga bantuan dari pemerintah.

Overpopulasi kucing dapat menimbulkan berbagai dampak negatif bagi kucing, manusia, dan juga lingkungan. Dampak tersebut antara lain adalah akan

semakin banyak kucing yang dibuang, dapat meningkatkan kasus kekerasan terhadap kucing telantar, rendahnya kesehatan kucing karena sumber makanan yang minim sehingga dapat menjadi *carrier* bagi penyakit zoonotik seperti Rabies, Toxoplasmosis, dan Leptospirosis (Himawan, 2020). Menurut Halodoc (2021), dampak positif dari sterilisasi selain menangani overpopulasi yaitu dapat menurunkan resiko kanker testis pada kucing jantan dan menurunkan resiko komplikasi persalinan pada kucing betina. Maka dari itu perlu dilakukannya sterilisasi sebagai solusi yang dapat berdampak positif dan jalan keluar dari overpopulasi. Selain itu, sebagai yayasan dengan visi misi *Love Care Share*, Yayasan Djaboers Peduli Kucing Indonesia perlu melaksanakan wujud dari visi misi mereka khususnya *Care* kepada kucing dan lingkungan dengan mengadakan program sterilisasi untuk menangani overpopulasi yang semakin meningkat.

Berdasarkan pemaparan masalah dan urgensi yang telah dijelaskan, maka penulis mengajukan perancangan promosi *crowdfunding* untuk program sterilisasi kucing gratis bagi Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia. Menurut Dresner (2014), *crowdfunding* perlu dilakukan oleh komunitas karena merupakan langkah yang lebih mudah dalam mendapatkan sumbangan dari sekelompok pendukung yang tertarik untuk mendanai. Tidak hanya mendapatkan dukungan dalam hal pendanaan, tetapi juga bisa mendapatkan dukungan dan keuntungan melalui promosi mulut ke mulut. Penulis berharap dengan dilakukannya perancangan ini dapat membantu pemilik kucing yang berkendala dalam melakukan sterilisasi dan dapat menurunkan overpopulasi kucing melalui penggalangan dana yang diperlukan oleh Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia untuk program sterilisasi kucing gratis.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan periklanan *crowdfunding* untuk program sterilisasi kucing gratis yang sesuai bagi Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Agar periklanan *crowdfunding* Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia dapat mencapai target sasaran, maka penulis memutuskan untuk melakukan

pembatasan masalah agar tidak meluas. Target sasaran dari perancangan media promosi ini yaitu :

1.3.1 Geografis

Wilayah : Jabodetabek

Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia merupakan yayasan yang berfokus pada daerah Depok, Jakarta, Bogor, dan sekitarnya. Terdapat juga member yang berasal dari luar daerah tersebut sehingga masyarakat dapat bergabung tanpa terbatas lokasi, namun penulis memutuskan untuk membatasi wilayah promosi periklanan. Jabodetabek dipilih sebagai target karena berdasarkan hasil wawancara dengan *founder* bahwa sebagian besar anggota organisasi berasal dari Jakarta dan program sterilisasi kucing domestik dilakukan dalam lingkup daerah Jabodetabek.

1.3.2 Demografis

Usia : 17-35 tahun

Usia 17-25 tahun yang tergolong dalam masa remaja akhir dan 26-35 tahun yang tergolong dalam masa dewasa awal berdasarkan kategori umur menurut Depkes RI (2009). Rentang usia ini dipilih berdasarkan usia yang aktif menggunakan media sosial di Indonesia menurut Hootsuite (2019) pada Websindo, paling banyak di usia 18-34 tahun karena merupakan usia yang sangat produktif.

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.

Pendidikan : SMA/SMK sampai perguruan tinggi.

Penghasilan : SES A dan B.

Dengan penghasilan diatas UMR berdasarkan daftar upah minimum provinsi 2021 yang dirilis oleh Kementerian Ketenagakerjaan RI (2021) dan dimuat dalam Kompas.com, didapat bahwa Provinsi DKI Jakarta memiliki UMR senilai Rp 4.416.186,548 dan Provinsi Jawa Barat senilai Rp 1.810.351,36.

Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wirausahawan.

1.3.3 Psikografis

Target periklanan *crowdfunding* ini adalah penyuka atau pemilik kucing dengan *behaviour* seperti memiliki rasa prihatin terhadap overpopulasi kucing, memilih untuk mengadopsi kucing dibandingkan membeli, melakukan aktivitas *street feeding*, dan menyukai konten yang berkaitan dengan tingkah laku kucing. Selain itu, target juga merupakan pribadi yang pernah atau suka berdonasi dan aktif mengikuti kegiatan organisasi yang bergerak dalam bidang sosial atau penyelamatan hewan. Target periklanan juga aktif dalam memakai media sosial karena konten periklanan sebagian besar akan disebarluaskan secara online. Disamping hal tersebut, periklanan ini juga ditargetkan bagi pemilik kucing yang memiliki kendala dana dalam melakukan sterilisasi atau yang ingin melakukan sterilisasi bagi kucing telantar di sekitar tempat tinggalnya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuannya adalah untuk mengetahui perancangan periklanan *crowdfunding* untuk program sterilisasi kucing gratis yang sesuai bagi Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Terdapat beberapa manfaat dari perancangan tugas akhir ini yaitu:

1. Manfaat Bagi Penulis

Perancangan tugas akhir ini akan memberikan penulis suatu pengalaman dalam mendalami dan mencari solusi untuk menyelesaikan masalah yang terdapat pada objek penelitian. Penulis juga dapat menerapkan hasil pembelajaran selama proses perkuliahan pada pembuatan karya visual berupa media promosi yaitu iklan.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Hasil dari perancangan periklanan *crowdfunding* ini dapat menarik simpati masyarakat untuk lebih memahami pentingnya sterilisasi bagi kehidupan kucing dan ikut mengulurkan bantuan kepada Yayasan Djaboers Pecinta Kucing Indonesia

sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kucing dan menurunkan angka overpopulasi.

3. Manfaat Bagi Universitas

Penelitian dan perancangan periklanan yang telah dilakukan oleh penulis dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa dengan harapan dapat membantu untuk dijadikan referensi dalam perancangan tugas akhir di masa yang akan datang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA