

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia sudah tidak asing lagi dengan hewan yang dijadikan peliharaan, baik itu hewan yang legal untuk dipelihara maupun hewan yang dilindungi. Negara Indonesia terdiri dari banyak pulau dengan jenis alam yang berbeda-beda. Hal ini membuat Indonesia memiliki beragam jenis flora dan fauna yang tersebar di seluruh pulau Indonesia. Sehingga, masyarakat bisa dengan mudahnya menemukan hewan untuk “dipelihara”. Menurut Digital Civility Index Microsoft, Indonesia memiliki predikat pertama untuk konten penyiksaan terhadap hewan (DCI, 2021). Hal ini menjadi fenomena yang langsung disorot oleh banyak masyarakat di Indonesia dan seluruh dunia.

Menurut organisasi nirlaba Humane Society, kasus penyiksaan hewan dalam rumah tangga adalah sebanyak 88% (BBC, 2020). Angka tersebut bukanlah angka yang kecil, penyiksaan hewan sudah menjadi hal umum bagi mayoritas masyarakat. Banyak masyarakat yang mengunggah konten-konten penyiksaan hewan ke beberapa *platform* media sosial dengan memberikan alkohol kepada kucing, menembak anjing dengan senapan angin, menunggangi kura-kura spesies langka, dan kekerasan lainnya. Terdapat sebuah riset dari Asia For Animals Coalition yang menyebutkan bahwa terdapat 1.626 konten dari 5.480 konten penyiksaan hewan berasal dari Indonesia dan data tersebut baru dikumpulkan dari tahun 2020-2021 (AfA, 2021). Konten-konten ini seringkali ditemukan di platform media sosial seperti *TikTok*, *Youtube*, dan *Facebook*. Masih banyak konten penyiksaan yang tersebar di Indonesia karena pemerintah belum menindaklanjuti dengan jelas para penyiksa hewan dan penyebar konten tersebut (Animal Defender Indonesia, n.d).

Fenomena ini menjadi kritik bagi seluruh masyarakat Indonesia, konten-konten tentang penyiksaan hewan tersebut dilakukan secara intensional atau

disengaja oleh para pelaku penyiksaan. Orang-orang tersebut sadar bahwa mereka menyiksa hewan, mengunggahnya ke media sosial, dan merasa bangga karena menjadi *viral* (Coconuts Jakarta, 2021). Undang-undang nomor 41 tahun 2014 tentang peternakan dan kesehatan hewan pasal 66 dan 66A, sudah menyebutkan bahwa pelaku kekerasan terhadap hewan dapat ditindak pidana (Mampow, 2017). Namun, pemerintah masih kurang tegas mengenai aturan yang telah dibuat sejak lama. Menurut AB Widyanta, dosen sosiologi UGM, kasus penyiksaan hewan dapat menjadi bibit penyiksaan kepada sesama manusia, lalu dapat beranjak menjadi kasus pembunuhan (2021).

Oleh karena itu, penulis ingin merancang sebuah kampanye sosial mengenai kekerasan pada hewan peliharaan untuk masyarakat di DKI Jakarta dan sekitarnya. Agar semua masyarakat mengetahui bahwa kekerasan pada hewan dapat menjadi sumber-sumber masalah lain yang dapat mencelakakan tidak hanya hewan, tetapi juga manusia. Penulis juga berharap dari solusi perancangan kampanye ini dapat membantu pemerintah agar lebih *aware* terhadap masalah kekerasan terhadap hewan. Hal ini bukanlah hal yang sepele dan dapat diabaikan karena nama Indonesia sudah menduduki peringkat pertama dalam kasus penyebaran dan tindakan penyiksaan terhadap hewan di seluruh dunia.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah penulis jabarkan maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai kekerasan pada hewan peliharaan untuk masyarakat di DKI Jakarta dan sekitarnya?

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

1.3 Batasan Masalah

a. Geografis: Jabodetabek

Perancangan kampanye ini akan berfokus di kawasan DKI Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek), karena wilayah-wilayah tersebut adalah wilayah dengan pengaruh sosial media tertinggi di Indonesia dan dapat menjadi sumber penyebaran konten penyiksaan hewan, juga penonton konten tersebut (Databoks, 2021).

b. Demografis

1) Laki-laki dan perempuan

2) Usia primer 16-25 tahun dan usia sekunder 26 – 35 tahun

Karena usia 16-25 tahun merupakan transisi dari masa remaja awal sampai menjadi dewasa. Oleh karena itu, harus diberikan edukasi yang baik agar dapat mengetahui dan melakukan tindakan yang benar. Sedangkan usia 26 – 35 tahun merupakan fase dewasa yang juga mempertimbangkan untuk memiliki hewan peliharaan seperti anjing dan kucing sebagai peliharaan keluarga.

3) Tingkat ekonomi menengah

c. Psikografis

1) Masyarakat yang mau belajar dan ingin berpengetahuan luas

2) Masyarakat yang menyukai dan memiliki hewan peliharaan

3) Masyarakat yang suka atau membawa hewan peliharaan ke tempat *pet-friendly*

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan kampanye sosial untuk mengurangi kekerasan pada anjing dan kucing di Jabodetabek.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulis berharap dari perancangan tugas akhir dapat bermanfaat bagi penulis, masyarakat, dan universitas:

1) Manfaat bagi Penulis

Penulis mendapat wawasan lebih luas mengenai kekerasan terhadap hewan baik hewan peliharaan maupun bukan peliharaan dan menjadi lebih *aware* dengan fenomena kekerasan pada hewan.

2) Manfaat bagi Masyarakat

Penulis berharap bahwa perancangan ini dapat memberikan wawasan lebih mengenai batasan-batasan kekerasan terhadap hewan baik hewan peliharaan maupun bukan.

3) Manfaat bagi Universitas

Diharapkan bahwa perancangan ini dapat menjadi studi tambahan mengenai kekerasan terhadap hewan kepada seluruh civitas Universitas Multimedia Nusantara

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA