

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak masyarakat yang memelihara hewan peliharaan sebagai bentuk kegemaran, mengatasi rasa kesepian, atau rasa cinta kasih mereka yang menganggap hewan peliharaan sebagai keluarga. Anjing adalah salah satu hewan peliharaan yang cukup populer di Indonesia, di mana berdasarkan hasil survei Rakuten Insight Global dari 10.442 responden (Kompas, 2022), anjing termasuk sebagai salah satu hewan yang dimiliki paling banyak oleh masyarakat Indonesia. Menurut Euromonitor 2021 populasi hewan peliharaan anjing serta kucing bahkan meningkat secara pesat sejak adanya pandemi COVID-19, di mana populasi anjing meningkat 117% sejak tahun 2017 hingga 2021 (Media Indonesia, 2022).

Anjing merupakan hewan peliharaan rentan dan salah satu virus fatal menular yang sering menyerang anjing, terutama anak anjing adalah *canine parvovirus* (Arif, 2018). Menurut Kilian et al (2017), *canine parvovirus* (CPV) merupakan virus penyebab umum enteritis akut pada anjing. Meskipun virus CPV adalah virus yang mematikan bagi anjing dan terdapat vaksin yang dapat membantu meningkatkan kekebalan imun anjing, isu infeksi *canine parvovirus* di Indonesia masih merupakan masalah besar dengan tingkat kematian hampir 100% (Arif, 2018). Berdasarkan hasil observasi penulis yang dilakukan pada Pet Bazaar Emporium Pluit Mall Oktober 2023 lalu, banyak pemilik anjing yang ingin memamerkan anjingnya di area publik atau mengajak anak anjing di bazaar bermain tanpa menjaga kebersihan atau tindakan yang dapat meminimalisir penyebaran virus serta bakteri, terutama ketika mereka masih berusia rentan penyakit. Anjing peliharaan yang dibawa ke pameran anjing terlihat masih berada pada usia tergolong sangat muda, berukuran kecil, dan bahkan belum mendapatkan vaksin awal secara lengkap.

Dalam sisi masalah desain, belum ada website yang ditemukan mengkampanyekan *awareness* secara spesifik terhadap CPV, terutama dalam media interaktif digital. Dibandingkan dengan virus lainnya seperti rabies, virus CPV lebih sedikit dibahas walaupun virus CPV adalah virus yang juga patut diperhatikan tingkat urgensinya. Terdapat beberapa website kesehatan hewan yang telah membahas isu CPV seperti Royal Canin, Halodoc, dan juga Alodokter, namun isi informasi dilampirkan dalam bentuk teks panjang sehingga masyarakat dengan minat baca yang kurang akan menjadi kurang tertarik untuk membaca isi informasi secara keseluruhan.

Jika isu ini tidak diungkit kembali dan dikampanyekan, maka akan lebih banyak jumlah kematian anjing akibat CPV dan banyaknya anak anjing yang tidak terselamatkan karena telat vaksin. Hal ini dibuktikan berdasarkan data Rumah Sakit Prof. Soeparwi tahun 2017 – 2019 (Wahyudi et al, 2021), bahwa parvovirus merupakan virus dengan kasus tertinggi keempat dengan jumlah total 30 kasus dan jumlah pasien sebagian besar berumur 0 – 6 bulan (57,2%). Selain itu, berdasarkan studi yang dilakukan oleh Sardjana dan Kusumawati (2004), dari 22 anjing yang terjangkit Parvovirus, hanya ada 10 anjing selamat dari infeksi Parvovirus meskipun telah diberikan pengobatan terbaik, menunjukkan bahwa tingkat kesembuhan anjing yang terkena Parvovirus hanya mencapai 45%.

Berdasarkan keberadaan fenomena tersebut, dibutuhkan media persuasif dan edukatif dalam bentuk kampanye bagi para pemilik anjing, terutama pemilik anjing baru dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun. Media kampanye direncanakan untuk bersifat interaktif dengan pembawaan informasi yang lebih menarik serta didedikasikan kepada virus CPV secara lengkap serta keperluan lainnya dalam upaya mencegah ataupun merawat anjing yang telah terinfeksi. Landa (2014) mengatakan bahwa tujuan kampanye adalah menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada khalayak guna menginformasikan, membujuk, mempromosikan, memprovokasi, dan memotivasi mereka untuk mendukung suatu merek atau gerakan. Oleh karena itu, penulis ingin merancang media kampanye digital interaktif tentang *canine parvovirus* bagi pemilik anjing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, ditemukan permasalahan sebagai berikut:

1. CPV merupakan virus menular yang mematikan bagi anjing, terutama anjing yang belum divaksin atau berusia muda.
2. Banyaknya pemilik anjing yang kurang peduli terhadap virus CPV baik itu dengan mengabaikan vaksin anak anjing, keterlambatan vaksin, atau tetap membawa anak anjing ke tempat publik.
3. Meningkatnya popularitas anjing dan banyak pemilik baru anjing yang masih kurang berpengalaman atau tereduksi terkait kesehatan anjing.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk merumuskan rumusan masalah perancangan berupa “Bagaimana perancangan *mobile website* untuk kampanye *canine parvovirus* bagi pemilik anjing?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang telah ditentukan penulis dalam upaya perancangan media kampanye adalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Usia Target : 18 – 24 tahun (primer) dan 50 – 55 tahun.

Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional oleh Badan Pusat Statistik (GoodStats, 2023) ditunjukkan bahwa sebanyak 14,69% dari 78,19% penduduk Indonesia yang mengakses Internet berada pada kelompok usia 18-24 tahun. Target utama pada usia ini juga pada umumnya pemilik anjing masih sibuk dengan keperluan masing-masing seperti perkuliahan atau kegiatan luar lainnya dengan posisi tinggal sendiri ataupun jauh dari rumah, sehingga anjing atau hewan peliharaan mereka sering kali ditinggalkan atau kurang diperhatikan di rumah. Kesibukan pemilik anjing ketika menjalani tahap transisi dari remaja menuju dewasa awal menyebabkan mereka menjadi sibuk beradaptasi

dengan pola hidup barunya. Target sekunder didasarkan atas hasil survei bersama 102 responden pemilik anjing, di mana 77.5% menjawab bahwa hewan peliharaan mereka dirawat anggota keluarga seperti orang tua.

- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.
- c. Kewarganegaraan : Indonesia.
- d. SES : B – A.

Menurut riset Kementerian Komunikasi dan Informatika dan KIC (2022), SES B memiliki pengeluaran sebesar Rp.4.000.001-Rp.6.000.000 dengan SES A pengeluaran mencapai diatas Rp.6.000.000, menjadikan mayoritas penduduk tingkat tersebut sebagai golongan penduduk kelas menengah atas. Dikarenakan target demografis adalah pemilik anjing yang umumnya menyukai anjing ras dan karena hewan anjing merupakan hewan yang memerlukan banyak biaya perawatan (Jakpat, 2023).

2. Geografis

- a. Negara : Indonesia.
- b. Provinsi : DKI Jakarta.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2022), jumlah penduduk di DKI Jakarta pada tahun 2022 mencapai hingga sekitar 10,67 juta jiwa, yakni 3,87% dari total seluruh populasi Indonesia (275,77 juta jiwa). Selain itu, kota Jakarta merupakan salah satu kota dengan pengembangan fasilitas untuk anjing yang cukup maju dengan berbagai *dog park* serta pameran anjing nondomestik atau ras sejak awal 1970-an (Kompas, 2020).

3. Psikografis

Perancangan media kampanye ditujukan kepada pemilik hewan anjing yang ingin menerima informasi secara online mengenai kesehatan anjing juga mereka yang jarang memperhatikan kesehatan anjing mereka.

Target berada pada usia dewasa muda di mana pada umumnya merupakan usia transisi dari remaja hingga dewasa, sehingga akan ada ragam tanggung jawab serta perubahan pola hidup yang akan difokuskan oleh individu, menyebabkan waktu yang disisihkan untuk keperluan lain seperti anjing masih kurang dan bukan fokus utama. Kampanye juga ditujukan kepada pemilik yang masih baru ataupun sudah lama memelihara anjing. Target perancangan memiliki kecenderungan untuk hanya menjadi penggemar anjing sesaat ketika anjing masih berukuran kecil dan terlihat lucu tanpa ada pemikiran panjang mengenai perawatan anjing kedepannya, atau target yang mengadopsi anjing tanpa berpikir panjang akan risiko dan tanggung jawab yang diperlukan sebagai pemilik anjing. Selain itu, target pada umumnya memiliki tingkat kesadaran rendah akan kebutuhan anjing akibat sibuk dengan keperluan lain-lain.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk merancang media kampanye digital interaktif tentang *canine parvovirus* bagi para pemilik anjing usia dewasa muda.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi penulis, masyarakat, dan universitas, sebagaimana diuraikan di bawah ini.

1. Bagi Penulis

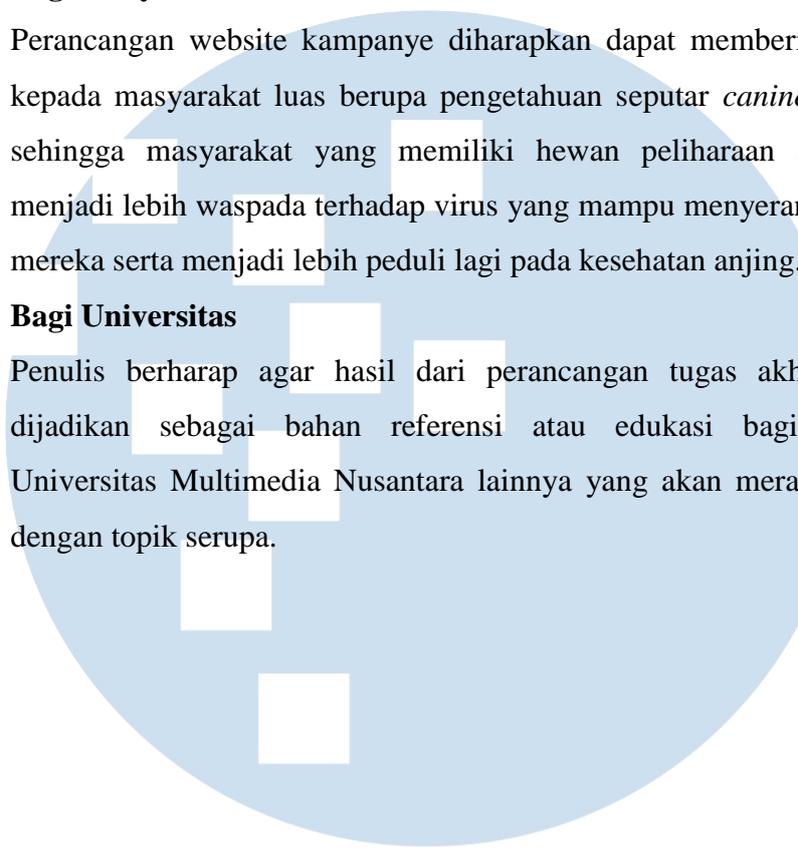
Perancangan Tugas Akhir ini memiliki manfaat bagi penulis untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan semua ilmu yang telah dapatkan selama menempuh pendidikan di prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, perancangan juga dibuat sebagai bentuk penambahan wawasan mengenai kesehatan anjing dan bahaya dari virus parvo.

2. **Bagi Masyarakat**

Perancangan website kampanye diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas berupa pengetahuan seputar *canine parvovirus*, sehingga masyarakat yang memiliki hewan peliharaan anjing dapat menjadi lebih waspada terhadap virus yang mampu menyerang peliharaan mereka serta menjadi lebih peduli lagi pada kesehatan anjing.

3. **Bagi Universitas**

Penulis berharap agar hasil dari perancangan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau edukasi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara lainnya yang akan merancang media dengan topik serupa.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA