

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hewan peliharaan seperti anjing, kucing, ikan, dan burung memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, terutama di Indonesia ada 80,7% masyarakat mengaku memelihara hewan peliharaan di rumah mereka (Goodstats, 2023). Namun demikian, pemilik hewan tidak memahami perasaan hewan peliharaannya. Oleh karena itu, keberadaan *Animal Communicator* berperan sebagai penghubung antara pemilik dan hewan peliharaan (Enlund dkk., 2021). Seorang *Animal Communicator* biasanya mengfokuskan dirinya melalui meditasi untuk menangkap sinyal *non-verbal* yang dikeluarkan oleh hewan, sehingga mampu memahami pikiran, perasaan, dan kebutuhan hewan tanpa harus berinteraksi secara fisik (Flynn dkk., 2025). Pendekatan ini harus dilakukan secara bertanggung jawab karena hubungan emosional yang kuat antara pemilik dan hewan dapat memengaruhi kesejahteraan keduanya (Aragunde-Kohl dkk., 2020), sehingga peran *Animal Communicator* dapat membantu menjaga keseimbangan tersebut (Searcy dkk., 2021).

Walaupun praktik ini telah digunakan di berbagai negara, pemahaman masyarakat, khususnya di Indonesia, masih terbatas dan masih ada keraguan. Media informasi digital yang tersedia belum sepenuhnya memberikan penjelasan yang mendalam dan berbasis bukti mengenai metode kerja *Animal Communicator* (Pun, 2020). Akibatnya, banyak pemilik hewan meragukan efektivitas profesi ini karena keterbatasan informasi yang kredibel mengenai proses komunikasi yang digunakan (Moore & Palazzolo, 2024). Berdasarkan data dari media sosial Instagram, sebagian masyarakat bahkan mengaitkan praktik *Animal Communicator* dengan unsur mistis atau *spiritual* yang dianggap tidak sesuai dengan kepercayaan agama, serta menilai tarif jasanya tidak masuk akal. Hal ini menimbulkan kebingungan bagi pemilik hewan dalam menentukan apakah jasa tersebut dapat dipercaya atau tidak.

Akses informasi kredibel tentang *Animal Communicator* di Indonesia masih minim, menyebabkan skeptisisme publik. Menurut TGM Global Pet Care

Survey (2023) yang dilakukan oleh TGM StatBox (2024) terhadap 292 responden di Indonesia berusia 18-64 tahun, sebanyak 70,75% pemilik hewan mengandalkan penelusuran internet dan *website* untuk memperoleh informasi perawatan hewan, sementara 58,76% lainnya menggunakan media sosial. Data ini mengonfirmasi bahwa *website* tetap menjadi sumber utama informasi terpercaya bagi pemilik hewan, terutama untuk topik kompleks seperti komunikasi intuitif yang memerlukan penjelasan berbasis bukti.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penulis mengusulkan perancangan *mobile website* tentang *Animal Communicator, Platform* ini dirancang responsif untuk perangkat *mobile* agar mudah diakses, menyediakan informasi kredibel, serta menghadirkan konten informatif dan menarik bagi pemilik hewan. Kehadiran *platform* ini diharapkan dapat membantu pemilik hewan memahami praktik *Animal Communicator*, mengurangi keraguan publik, serta mempererat hubungan antara pemilik dan hewan peliharaan melalui pemahaman lebih baik dan berbasis bukti.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya stigma dan kontroversi sosial terkait praktik *Animal Communicator* yang melibatkan kemampuan batin atau cenayang, sehingga menimbulkan kebingungan dan skeptis di kalangan pemilik hewan.
2. Belum tersedianya *platform* interaktif berbasis teknologi digital yang dapat memfasilitasi informasi komunikasi hewan secara komprehensif dan meningkatkan hubungan harmonis antara pemilik dan hewan peliharaan.

Oleh karena itu, masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan *mobile website* tentang *Animal Communicator*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk melakukan penelitian dan pembahasan perancangan yang terfokus, terarah, dan tidak luas cakupannya, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut.

1. Objek Perancangan: Objek media yang akan dilakukan melingkupi perancangan media informasi dalam bentuk *mobile website* interaktif sebagai media utama. *Mobile website* ini berfungsi sebagai sarana informasi mengenai emosi hewan peliharaan, mencakup pengenalan emosi, dampak emosi terhadap perilaku, serta cara pemilik menghadapi perilaku tidak biasa. *Mobile website* ini juga memberikan pemahaman mengenai profesi *Animal Communicator* yang memadukan observasi bahasa tubuh dan perilaku hewan dengan kemampuan batin seperti telepati untuk menangkap sinyal emosional secara intuitif.
2. Target STP: Target dalam perancangan ini adalah orang dewasa berusia 21–30 tahun dari kelompok sosial ekonomi A yang berdomisili di wilayah Jabodetabek serta memiliki hewan peliharaan di rumah. Khalayak sasaran ini dipilih karena berada pada tahap usia produktif, memiliki kedekatan emosional dengan hewan peliharaan, dan memiliki akses terhadap teknologi digital sehingga sesuai dengan penggunaan media interaktif berbasis *mobile website*.
3. Konten Perancangan: Konten yang diangkat dalam perancangan ini adalah informasi mengenai emosi hewan peliharaan, meliputi pengenalan emosi, dampak emosi terhadap perilaku, serta cara menghadapi perilaku tidak biasa. Selain itu, *mobile website* juga menyediakan ruang komunitas yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman dan berdiskusi, sehingga dapat meningkatkan respons peduli serta pemahaman mendalam terhadap kebutuhan emosional hewan peliharaan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merujuk pada pernyataan masalah yang telah disusun, tujuan dari perancangan merujuk untuk mengembangkan suatu *mobile website* bertujuan memahami dan mempercayai profesi pekerjaan *Animal Communicator*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Hasil dari proses perancangan yang dilakukan dalam tugas akhir ini dari awal hingga akhir diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini ditujukan untuk memperluas cakrawala pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya mengenai perancangan *mobile website* untuk memahami perasaan peliharaan untuk pemilik hewan peliharaan melalui *Animal Communicator*.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi banyak pihak. Dalam pandangan penulis, penelitian ini menjadi sarana pengembangan pengalaman dan pemahaman dalam merancang media informasi yang komunikatif dengan pendekatan *Animal Communicator* untuk memahami emosi hewan peliharaan. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan studi desain komunikasi visual, khususnya yang berkaitan dengan interaksi manusia dan hewan melalui perspektif komunikasi lintas spesies. Selain itu, bagi Universitas Multimedia Nusantara, penelitian ini diharapkan dapat meluaskan wawasan akademik dalam bidang Desain Komunikasi Visual serta menjadi contoh penerapan penelitian yang dapat diimplementasikan dalam dunia nyata, terutama dalam perancangan media informasi berbasis peduli dan membentuk kepercayaan terhadap hewan peliharaan.

