

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan media baru sebagai wadah untuk saling berkomunikasi antar individu. Banyak sekali manfaat yang diberikan oleh sosial media bagi penggunanya misalnya dapat dengan mudah mencari berbagai informasi yang ingin diketahui secara cepat, menjalin atau menambah pertemanan, mendekatkan dengan orang yang sedang berjauhan, dan lain-lain. Menurut informasi dari Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia di dalam situs resminya [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id), pada tahun 2014 Indonesia berada di peringkat 6 yang memiliki pengguna media sosial terbesar di dunia ([https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)). mulai dari facebook, twitter, instagram dan lain-lain. Namun ada pula sisi negatif yang didapatkan dari media sosial. Salah satu contoh adalah perdagangan satwa langka di facebook. Banyak sekali transaksi yang dilakukan secara terbuka di dalam grup jual beli hewan yang ada di facebook.

Didalam berita dari [www.mongabay.co.id](http://www.mongabay.co.id) yang di upload pada tanggal 14 Oktober 2017 dengan judul “Perdagangan Satwa Lewat Sosial Media Makin Menggila” menjelaskan bahwa Perdagangan satwa liar dilindungi melalui jejaring sosial media makin marak. Wildlife Conservation Society (WCS) mencatat, 2011-2017 tercatat ada 49 kasus ditangani pihak berwajib. Data WCS 2015,

menunjukkan ada banyak satwa diiklankan melalui Facebook, seperti cenderawasih (tiga kasus), kakatua (95), elang (291), enggang (118), kerak ungu (5), beo (45), pegas (69) dan merpati (6).

Catatan WWF 2015, selama 10 tahun di Sumatera, ada delapan ton gading gajah diperjual belikan. Satwa lain 100 orangutan, 2.000 kukang, 2.000 trenggiling, dan satu juta telur penyu. Profauna juga mencatat sejak Januari hingga pertengahan Desember 2015, setidaknya ada 5.000 kasus perdagangan satwa liar secara online melalui sosial media. Angka ini meningkat dibandingkan 2014 ada 3.640 iklan. Data 2017, ada tujuh gajah, 15 harimau dan satu badak mati. Lima kasus hasil penyelundupan di bandara. (<http://www.mongabay.co.id/2017/10/14/perdagangan-satwa-lewat-sosial-media-makin-menggila-berikut-datanya/>)

Selain itu adanya berita penangkapan penjual satwa lewat sosial media menurut sindonews.com yang diupload pada tanggal 10 September 2017 dengan judul “Jualan Hewan Langka di Medsos, Khusnul Ditangkap” menjelaskan bahwa seorang warga Pangkalan Bun, Kabupaten Kotawaringin Barat (Kobar), Kalimantan Tengah (Kalteng) ditangkap lantaran menjual hewan langka yang dilindungi di media sosial (medsos). Warga bernama Khusnul ini diamankan tim gabungan dari petugas Pos Penegakan Hukum (Gakum) Palangka Raya dibantu tim pl.Gakum BKSDA Seksi Wilayah 2 Pangkalan Bun.

Hewan yang dijual itu berupa anak elang bondol. Hewan ini dijual lewat facebook (FB). Akun FB bernama Khusnul Khotimah memposting penjualan binatang dilindungi di sebuah grup jual beli di FB pada 5 September 2017.

Akibat perbuatannya, pelaku dijerat dengan Pasal 21 Ayat 2 jo 40 dengan UU No 5 Tahun 1990 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistem dengan pidana penjara selama 5 tahun dan denda Rp100 juta. (<https://daerah.sindonews.com/read/1238208/174/jualan-hewan-langka-di-medsos-khusnul-ditangkap-1505009832>)

Dari petikan beberapa berita diatas transaksi jual beli satwa dilindungi masih terjadi hingga saat ini. Hal ini sangat mengancam kelestarian alam di Indonesia. kurangnya informasi yang berkaitan dengan satwa dilindungi kepada masyarakat yang menjadi salah satu faktor adanya fenomena tersebut.

Dari banyaknya spesies satwa yang dilindungi, dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada spesies hewan reptil. Banyak sekali jenis reptil yang ada di Indonesia seperti ular, biawak, kadal, dll. Reptil-reptil tersebut pun ada yang masuk dalam daftar dilindungi dan tidak dilindungi. Dalam peraturan lampiran PP no.7 tahun 1999 ada beberapa jenis reptil yang masuk dalam daftar dilindungi, contohnya : penyu, soa payung, sanca hijau, buaya air tawar, sanca bodo, biawak hijau, biawak komodo, kadal panana.

Beberapa jenis contoh reptil diatas sering sekali diperjual belikan di sosial media khususnya facebook. Penjual pun tidak merasa takut padahal juga banyak yang tertangkap polisi akibat transaksi tersebut. Alasan pembeli untuk membeli hewan yang termasuk dilindungi tersebut bisa karena bentuknya yang menarik, memilikinya adalah sebuah kebanggaan, menaikkan status sosial walaupun sebagian pembeli tidak tahu bahwa hewan tersebut adalah termasuk hewan yang dilindungi.

Sebenarnya ada juga jenis reptil yang bisa dipelihara tanpa memerlukan ijin dari pemerintah karena tidak termasuk satwa dilindungi, contohnya adalah sanca kembang (retic python), varanus salvator (nyambik), bearded dragon, savannah monitor, dan lain-lain. Jenis reptil tersebut juga tidak kalah menarik dibanding dengan reptil yang masuk daftar dilindungi.

Salah satu komunitas pecinta satwa di Surabaya menamakan dirinya KANSAS (Komunitas Sahabat Satwa). KANSAS didirikan pada tanggal 8 Maret 2015 yang di ketuai oleh Muhammad Harun. Awalnya komunitas ini terbentuk secara tidak sengaja yang diawali dengan pertemanan di dalam sosial media Facebook. Dan mereka memiliki sebuah hobi yang sama serta anti memelihara hewan liar yang dilindungi khususnya reptil. Komunitas ini bertujuan diantara lain menjalin kekeluargaan sesama pecinta satwa, saling bertukar informasi tentang tata cara pemeliharaan hewan yang baik dan benar, serta mengedukasi masyarakat untuk tidak memelihara hewan langka di rumah. Mereka percaya bahwa apa yang mereka lakukan adalah demi kepentingan bersama untuk menjaga kelestarian alam Indonesia.

Mereka mempunyai jadwal khusus dalam kegiatannya yaitu mengadakan gathering setiap satu minggu sekali bertujuan untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang satwa dan melakukan *hunting* setiap satu bulan sekali bertujuan untuk menjauhkan hewan-hewan liar yang masuk ke perumahan warga di dekat hutan. Mereka menangkap hewan tersebut dan melepasliarkan ke tempat yang jauh dari pemukiman warga. Hal ini untuk keamanan bagi masyarakat juga keamanan bagi satwa.

Dalam melakukan kampanye kepada masyarakat, mereka berpedoman pada undang-undang dan peraturan pemerintah agar masyarakat tahu bahwa sebagian besar hewan di Indonesia tidak untuk dipelihara dan dibunuh hanya demi kebanggaan. Mereka telah menyiapkan tenaga serta materi sebanyak mungkin agar bisa dipahami masyarakat dengan mudah. Dalam melakukan sosialisasi yang baik maka kelompok juga harus melakukan strategi komunikasi yang baik juga. Strategi yang tepat dapat memberikan dampak yang positif dan efektif.

Menurut Deddy Mulyana, Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Ngalimun, 2016 : 74). Komunitas merupakan kelompok sosial yang nyata yang terdiri dari individu – individu dengan berbagai peran dan latar belakang yang memiliki satu tujuan tertentu.. Komunitas ini yang akan menjadi media pembelajaran bagi masyarakat mengenai seluk beluk binatang yang ada di Indonesia ataupun dunia. Komunitas percaya jika keinginan seseorang untuk memelihara hewan langka menurun maka perburuan hewan langka di habitat nya juga akan menurun.

Dalam hal ini sangat diperlukannya sebuah strategi komunikasi yang tepat. Untuk mempermudah komunitas dalam melakukan kampanye yang di embannya. Selain itu komunikasi di dalam kelompok pun juga harus bagus untuk mempermudah penerapan strategi komunikasi yang dipilih. Karena komunikasi adalah senjata utama dalam kampanye. Tanpa adanya komunikasi yang efektif tidak akan dapat mencapai tujuan kampanye tersebut.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy,2003:301)

Dalam uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh KANSAS (Komunitas Sahabat Satwa) dalam bersosialisasi untuk mengajak masyarakat bersama-sama melindungi satwa dilindungi di Indonesia dengan tidak membeli satwa dilindungi tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Komunikasi Komunitas Sahabat Satwa (KANSAS) Surabaya dalam kampanye perlindungan satwa langka.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Komunitas Sahabat Satwa (KANSAS) Surabaya dalam kampanye perlindungan hewan langka.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Memberikan refrensi bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur khususnya Fasip, program studi ilmu komunikasi mengenai studi kualitatif.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui langkah apa saja yang harus dilakukan agar kampanye berjalan sesuai keinginan komunitas.

#### **1.4.3 Kegunaan Akademis**

Secara akademis kajian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori – teori komunikasi mengenai strategi komunikasi kelompok terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan bagi penelitian – penelitian selanjutnya.