

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kebun Binatang Surabaya telah menerapkan empat tahapan strategi komunikasi menurut Anwar Arifin, yaitu mengenali khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode komunikasi, dan memilih media komunikasi. Keempat tahapan ini saling terhubung dalam membangun komunikasi organisasi saat menghadapi isu dugaan eksploitasi Gajah Rocky.

Tahap pertama, yaitu mengenal khalayak, dilakukan dengan mengenali kelompok masyarakat yang memberi perhatian pada isu tersebut melalui pemantauan pemberitaan media massa, media sosial, dan berbagai tanggapan publik setelah video Rocky viral. Dalam konteks ini, KBS juga menyadari bahwa banyak masyarakat belum memahami pengelolaan satwa dan prinsip animal welfare, sehingga strategi komunikasinya disesuaikan agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan kesalahpahaman dapat dikurangi.

Tahap kedua, yaitu menyusun pesan, dilakukan melalui verifikasi internal dan koordinasi antarpimpinan sebelum informasi disampaikan kepada masyarakat, dengan isi pesan yang tidak dimaksudkan untuk membantah video yang beredar, melainkan menjelaskan konteks tindakan mahout berdasarkan prinsip animal welfare serta prosedur pemeliharaan satwa. Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan bersifat informatif dan edukatif karena tidak hanya

berfungsi mengklarifikasi isu, tetapi juga menambah pemahaman publik mengenai praktik konservasi satwa, meskipun terdapat perbedaan penekanan narasi di antara informan sehingga penyelarasan key message masih perlu diperkuat agar komunikasi organisasi lebih konsisten.

Tahap ketiga, yaitu menetapkan metode komunikasi, diterapkan dengan memadukan metode informatif, edukatif, dan persuasif. Metode informatif diwujudkan lewat penyampaian fakta yang telah diverifikasi secara internal, metode edukatif dilakukan dengan menjelaskan pengelolaan satwa serta kesejahteraan satwa, sedangkan metode persuasif dijalankan melalui klarifikasi, penyampaian komitmen perbaikan, dan upaya memulihkan kepercayaan masyarakat. Kombinasi ketiga metode ini menunjukkan bahwa Kebun Binatang Surabaya tidak hanya berusaha mengurangi kesalahpahaman, tetapi juga membangun pemahaman publik secara bertahap terhadap isu yang berkembang, meskipun aspek empati dalam penyampaian komunikasi masih perlu ditingkatkan agar kebutuhan emosional masyarakat terkait isu kesejahteraan satwa lebih terakomodasi.

Tahap keempat, yaitu memilih media komunikasi, dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai kanal utama untuk menyampaikan klarifikasi sekaligus memantau sentimen publik, media massa untuk memperluas jangkauan informasi, serta dukungan BBKSDA Jawa Timur, Forum Mahout Indonesia, dan Pemerintah Kota Surabaya sebagai saluran komunikasi yang memperkuat kredibilitas pesan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan media telah disesuaikan dengan karakter penyebaran isu yang banyak berkembang di media

digital, namun penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi preventif mengenai konservasi dan kesejahteraan satwa masih belum optimal sehingga organisasi masih memiliki peluang untuk membangun komunikasi publik yang lebih berkelanjutan sebelum isu serupa muncul kembali.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Kebun Binatang Surabaya dalam menangani dugaan eksploitasi gajah Rocky tidak semata-mata bertumpu pada klarifikasi, tetapi juga diarahkan untuk membentuk pemahaman masyarakat tentang pengelolaan satwa melalui komunikasi yang informatif, edukatif, dan persuasif. Strategi tersebut ditopang oleh koordinasi internal, penyusunan pesan berdasarkan hasil verifikasi, serta penggunaan berbagai media dan saluran komunikasi yang disesuaikan dengan karakter khalayak. Walaupun demikian, penelitian ini juga mengungkap bahwa konsistensi narasi antarinforman, penguatan unsur empati dalam komunikasi, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi masih perlu ditingkatkan agar efektivitas strategi komunikasi KBS dalam menghadapi isu konservasi satwa menjadi lebih optimal.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pada organisasi konservasi satwa memiliki karakteristik yang berbeda dengan organisasi bisnis. Komunikasi tidak hanya diarahkan untuk menjelaskan posisi organisasi terhadap suatu isu, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi publik mengenai pengelolaan satwa dan prinsip kesejahteraan satwa (*animal welfare*). Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi pada lembaga konservasi tidak hanya diukur dari kemampuan meredam perhatian publik terhadap suatu isu,

tetapi juga dari kemampuan organisasi membangun pemahaman masyarakat mengenai praktik konservasi yang dilakukan secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Kebun Binatang Surabaya disarankan untuk terus memperkuat koordinasi internal dalam penyusunan strategi komunikasi, khususnya pada proses verifikasi informasi dan penyusunan *key message*. Keseragaman pesan yang disampaikan oleh setiap perwakilan organisasi menjadi aspek penting agar informasi yang diterima masyarakat tetap konsisten serta menghindari munculnya perbedaan interpretasi. Koordinasi yang baik antarpihak di dalam organisasi juga akan mendukung penyampaian informasi yang lebih cepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan ketika menghadapi isu serupa pada masa mendatang.

Kebun Binatang Surabaya juga disarankan untuk mengembangkan metode komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada penyampaian fakta dan edukasi, tetapi juga memperkuat aspek empati dalam setiap komunikasi kepada publik. Penyampaian informasi yang menunjukkan kepedulian terhadap kekhawatiran masyarakat dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik antara organisasi dan publik. Selain itu, penyampaian perkembangan hasil evaluasi maupun tindak lanjut setelah munculnya suatu isu perlu dilakukan secara berkala agar masyarakat mengetahui komitmen organisasi dalam meningkatkan kualitas pengelolaan satwa.

Optimalisasi media komunikasi juga perlu menjadi perhatian. Media sosial sebaiknya dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana klarifikasi ketika isu berkembang, tetapi juga sebagai media edukasi yang dilakukan secara berkelanjutan mengenai konservasi satwa, prinsip *animal welfare*, serta aktivitas pemeliharaan satwa di Kebun Binatang Surabaya. Penyajian konten edukatif secara rutin dapat meningkatkan literasi masyarakat mengenai pengelolaan satwa sekaligus membangun citra organisasi secara positif sebelum muncul isu serupa. Kerja sama dengan media massa maupun lembaga yang memiliki otoritas di bidang konservasi satwa juga perlu terus dipertahankan untuk memperkuat kredibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Penelitian ini masih terbatas pada analisis strategi komunikasi berdasarkan perspektif internal organisasi melalui wawancara dengan informan yang terlibat dalam penanganan kasus dugaan eksploitasi gajah Rocky. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan perspektif publik, pengunjung, komunitas pecinta satwa, media massa, maupun pemangku kepentingan lainnya sehingga efektivitas strategi komunikasi dapat dianalisis secara lebih komprehensif. Penggunaan teori atau pendekatan lain, seperti manajemen isu, komunikasi organisasi, hubungan masyarakat, maupun teori komunikasi digital, juga dapat dipertimbangkan untuk menghasilkan perspektif yang lebih beragam mengenai strategi komunikasi pada lembaga konservasi satwa.