

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Lingkungan merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Seiring dengan pertumbuhan penduduk mengakibatkan lingkungan dikorbankan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat (Effendi, dkk., 2018: 75). Berdasarkan data Pengegakan Hukum KLHK, jumlah kasus perdagangan ilegal tumbuhan dan satwa liar setiap tahunnya dalam lima tahun belakangan yaitu di atas 50 kasus dan paling tinggi tahun 2019 yang mencapai 65 kasus dalam setahun (Pratama, 2021: 1). Kasus lainnya yaitu karena kurangnya informasi dan penyadartahuan kepada masyarakat tentang arti penting keberadaan orangutan dan habitat alami Kalimantan sebagai kekayaan biodiversitas dunia sehingga terjadi kasus terbakarnya orangutan di Kalimantan Barat (IAR Indonesia, 2012: 1).

Kegiatan berburu dan memelihara satwa liar sebaiknya tidak ada lagi sebab dapat mengganggu kelestarian satwa liar, juga dapat berbahaya bagi kesehatan manusia karena satwa liar kemungkinan membawa penyakit (IAR Indonesia, 2021: 1). Tatanan lingkungan hidup maupun lingkungan sosial hendaknya diperhatikan agar tidak mendatangkan berbagai jenis bencana (Effendi, dkk., 2018: 75). Oleh sebab itu diperlukan keterlibatan dari semua kalangan masyarakat untuk menjaga lingkungan.

Kesadaran akan pentingnya lingkungan hidup dilakukan dengan menjaga agar tetap terjadi keberlanjutan (Effendi, dkk., 2018: 75). Lingkungan dijaga dengan memperhatikan kelestarian ekosistem agar dapat bermanfaat bagi kehidupan yang akan mendatang. Ekosistem merupakan suatu sistem ekologi yang terbentuk oleh hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya yang terdiri dari faktor biotik (makhluk hidup), faktor abiotik (lingkungan) dan hubungan atau interaksi antar keduanya. Keseimbangan ekosistem perlu tetap terjaga sehingga akan menjadi keberlanjutan atau memiliki kemampuan bertahan untuk generasi masa depan (Effendi, dkk., 2018: 76).

Salah satu organisasi yang memiliki tujuan untuk melestarikan lingkungan yaitu Yayasan Inisiasi Alam Rehabilitasi Indonesia atau Yayasan International Animal Rescue Indonesia (YIARI). Yayasan IAR Indonesia adalah organisasi pelestarian lingkungan. Organisasi ini melestarikan satwa liar melalui upaya penyelamatan, rehabilitasi, serta konservasi. YIARI juga terlibat dalam program pendidikan dan penyadartahuan yang menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk memperlakukan semua hewan dengan kasih dan kepedulian (Yayasan IAR Indonesia, 2015: 1).

Direktur YIARI, Karmele Llano Sanchez, menjelaskan bahwa pandemi Covid-19 membawa banyak perubahan termasuk di bidang konservasi. Meskipun begitu YIARI tetap menunjukkan komitmen untuk mewujudkan kehidupan antara manusia, satwa liar, dan habitat dalam sebuah ekosistem yang bijak dan berkelanjutan. Peran generasi muda juga diutamakan untuk dapat menitipkan bumi kepada mereka kelak. Oleh sebab itu, YIARI mulai

mengembangkan program edukasi bagi anak-anak di sekitar taman nasional agar dapat mempersiapkan diri menghadapi perkembangan situasi teknologi yang cepat meninggalkan mereka yang tinggal di daerah (Sanchez, 2021). Program edukasi yang diselenggarakan YIARI mencakup berbagai kegiatan belajar-mengajar yang dilakukan dengan memberikan keterampilan dan pengetahuan untuk mendukung ekosistem berkelanjutan.

Program edukasi yang diselenggarakan YIARI memiliki tujuan yaitu adanya kesadaran dan peran aktif pelajar, pemuda, tokoh agama, masyarakat umum dalam mengkampanyekan konservasi orangutan, satwa liar lainnya, dan lingkungan (Yayasan IAR Indonesia, 2021). Program edukasi ini disebut dengan *After School Program (ASP)*. ASP diselenggarakan dalam rangka mewujudkan ekosistem berkelanjutan sehingga keterampilan dan pengetahuan yang diajarkan kepada peserta mengandung materi tentang menjaga ekosistem orangutan, satwa liar lainnya, dan lingkungan agar berkelanjutan atau mampu beregenerasi untuk terus mampu memenuhi kebutuhan hingga di masa depan.



Gambar 1.1. Aktivitas ASP pembelajaran bahasa Inggris dan komputer  
Sumber: Yayasan IAR Indonesia, 2021

YIARI hanya menyelenggarakan *After School Program* kepada anak-anak SD sampai SMP selama 3 bulan sehingga setiap tiga bulan sekali

pesertanya berbeda-beda. Program ini tidak diselenggarakan untuk anak SMA karena anak SMA mengikuti program keagamaan di pesantren. Pelatihan bahasa Inggris dan komputer lebih dibutuhkan yaitu anak SD sampai SMP (Wawancara dengan tim edukasi YIARI, 26 Juli 2021). Aktivitas dalam program ASP yang diselenggarakan YIARI terdiri dari kegiatan konservasi melalui pembelajaran bahasa Inggris dan komputer, aktivitas di kelas taman baca untuk meningkatkan literasi, aktivitas di pesantren dalam upaya konservasi orangutan satwa liar lainnya dan lingkungan, sosialisasi dan penyuluhan tentang konservasi oleh relawan konservasi, serta Guru lokalatih yang menjadi role model dalam melakukan konservasi orangutan, satwa liar lainnya dan lingkungan di sekolah atau di Pusat Pembelajaran Sir Michael Uren. Berbagai aktivitas dalam program ASP tersebut dimaksudkan untuk mewujudkan ekosistem berkelanjutan (Yayasan IAR Indonesia, 2021).

Permasalahan yang terjadi yaitu dari cara mengkomunikasikan program ASP yang masih dari mulut ke mulut. Hal tersebut dikarenakan peserta ASP merupakan anak-anak masyarakat sekitar YIARI. Jarak kantor YIARI jauh dari pusat kota dan di masa pandemi masyarakat sekitar kesulitan untuk pembelajaran secara *online* sehingga YIARI menyediakan tempat. Cara menginformasikan aktivitas program ASP masih dari mulut ke mulut atau dari tokoh masyarakat seperti RT sehingga belum dapat menjangkau seluruh masyarakat sekitar untuk memberikan pemahaman dan dukungan dalam mewujudkan ekosistem berkelanjutan. Permasalahan lainnya yaitu ketertarikan peserta untuk mengikuti berbagai aktivitas yang ada dalam program ASP. Ada

berbagai aktivitas program yang diselenggarakan tetapi hanya ASP bahasa Inggris dan komputer saja yang diikuti oleh anak-anak, sedangkan kegiatan lain jarang diikuti (Wawancara dengan tim edukasi YIARI, 26 Juli 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Sawitri (2015: 59) tentang aktivitas komunikasi dalam pembentukan semangat hidup ODAPUS (Orang dengan Lupus). Hasil penelitian menemukan bahwa aktivitas komunikasi yang ada pada komunitas Griya Kupu Solo dimulai dengan penerimaan ODAPUS baru, pembinaan dan yang terakhir pengikutsertaan kegiatan. Komunikasi yang dilakukan berupa komunikasi interpersonal yang langsung menasar pada pribadi yang dituju, baik secara tatap muka ataupun menggunakan media komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Jelita (2018: 493) yaitu tentang audit komunikasi kampanye stop narkoba Badan Narkotika Nasional Kabupaten Serdang Bedagai menunjukkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan telah efektif. Meskipun demikian terdapat beberapa hal yang dapat diperbaiki dalam rangka pencapaian keberhasilan kampanye *Stop Narkoba* di kegiatan selanjutnya, yaitu pemilihan saluran, media, teknik komunikasi dan khalayak yang harus lebih diperhatikan sesuai dengan karakteristik masyarakat yang ada di Kabupaten Sergai.

Penelitian terdahulu lainnya dilakukan oleh Itawarni, dkk., (2019: 37) tentang komunikasi lingkungan melalui penerapan program *waste collecting point* di Gampong Alue Deah Teungoh Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi edukasi oleh DLHK3 Kota Banda Aceh

dimulai dengan melakukan pendekatan bagi aparaturnya seperti Geuchik, sekdes, dan perkumpulan ibu-ibu rumah tangga. Komunikasi juga memanfaatkan *cleaning leader* di setiap dusun sebagai perantara antara DLHK3 dengan masyarakat. Dalam komunikasi edukasi ini pihak DLHK3 menyampaikan pesan pendidikan seperti mengurangi sampah, membuang sampah pada tempatnya, menyampaikan kegunaan jenis sampah untuk bisa didaur ulang kembali, sehingga menjadi salah satu penunjang ekonomi masyarakat.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang terdahulu. Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu meneliti Komunitas independen dan organisasi pemerintah, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada YIARI yaitu lembaga nirlaba lingkungan hidup yang bergerak di bidang kesejahteraan, perlindungan dan pelestarian satwa liar di Indonesia yang sah ditandai dengan nota kesepahaman bersama Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI. Pada penelitian sebelumnya mengidentifikasi tentang komunikasi dalam membentuk semangat hidup, audit kampanye, serta komunikasi dalam penerapan program *waste collection point*. Sedangkan pada penelitian ini tentang aktivitas komunikasi dalam mewujudkan ekosistem berkelanjutan melalui *after school program*.

Komunikasi diperlukan agar pesan atau informasi yang disampaikan dalam program yang dibuat YIARI dapat diterima dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan. YIARI berharap *after school program* yang diselenggarakan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya

anak-anak untuk mengenal YIARI dan dapat berpartisipasi dalam kegiatan pembelajaran yang memberikan pemahaman tentang kondisi lingkungan, serta ekosistem orangutan dan satwa liar lainnya yang terancam punah. Oleh sebab itu, pada penelitian ini dijelaskan aktivitas komunikasi YIARI melalui *after school program* untuk mewujudkan ekosistem berkelanjutan.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan yaitu bagaimana aktivitas komunikasi YIARI dalam mewujudkan ekosistem orangutan, satwa liar lainnya dan lingkungan yang berkelanjutan di Kabupaten Ketapang melalui *after school program*?

## **3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas komunikasi YIARI dalam mewujudkan ekosistem orangutan, satwa liar lainnya dan lingkungan yang berkelanjutan di Kabupaten Ketapang melalui *after school program*.

## **4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis.

### **4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi dengan memberikan pengetahuan tentang

aktivitas komunikasi melalui program yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan.

#### **4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi masukan serta referensi bagi Yayasan IAR Indonesia dan pihak lainnya seperti berbagai komunitas peduli lingkungan tentang aktivitas komunikasi dalam mewujudkan ekosistem berkelanjutan.

### **5. Kerangka Teori**

Pada bagian kerangka teori, peneliti menjabarkan berbagai teori yang sesuai untuk mendeskripsikan variabel penelitian, Oleh sebab itu teori yang dikaji dalam penelitian ini adalah teori komunikasi publik dan *public relations*.

#### **5.1. Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang digunakan dengan efek tertentu (Haqani & Hidayat, 2015: 42). Komunikasi adalah instrumen yang digunakan manusia dalam berinteraksi dengan sesama, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kehidupan berorganisasi (Mulawarman & Rosilawati, 2014: 32). Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain yang pada umumnya dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi



masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu (Kawengian, dkk., 2017: 4).

Komunikasi sebagai aktivitas merupakan kegiatan menyampaikan informasi kepada orang-orang lain. Menurut Wursanto (Oktavia, 2016:241), komunikasi adalah proses aktivitas penyampaian berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian. Komunikasi merupakan sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan ataupun pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang ada di dalamnya guna mencapai kesamaan makna, dan dapat dilakukan dalam berbagai konteks, yaitu dalam konteks antarpribadi, kelompok, massa maupun dalam lingkungan organisasi (Polii, dkk., 2019:3).

Jenis komunikasi dapat dibedakan berdasarkan beberapa sudut pandang menurut Kawengian, dkk., (2017: 6), yaitu:

- a) Berdasarkan cara penyampaiannya: komunikasi langsung (misalnya wawancara) dan komunikasi tidak langsung (melalui surat, koran, radio).
- b) Berdasarkan dari arahnya: komunikasi satu arah (radio, tv), komunikasi dua arah (wawancara, diskusi)
- c) Berdasarkan sifatnya: komunikasi informatif (memberikan informasi, penjelasan), komunikasi persuasif (berisi ajakan, himbuan), komunikasi koersif (berisi perintah dengan sanksi)
- d) Berdasarkan jumlah sasarannya: komunikasi perorangan (wawancara), komunikasi kelompok (ceramah), komunikasi massal (koran)

e) Berdasarkan polanya: komunikasi pola lingkaran (komunikasi dalam suatu organisasi), komunikasi pola garis lurus (perintah yang bersifat rahasia), komunikasi pola menyebar (ceramah), komunikasi pola berantai (desas-desus).

Tujuan komunikasi menurut Liliwari, (1998: 8) yaitu: *social change* (perubahan sosial), *attitude change* (perubahan sikap), *opinion change* (perubahan pendapat), *behavior change* (perubahan tingkah laku). Sejalan dengan hal tersebut Effendy, menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi yaitu: Mengubah sikap (*to change the attitude*), Mengubah opini (*to change the opinion*), Mengubah prilaku (*to change the behavior*), dan Mengubah masyarakat (*to change the society*) (Effendy, 2003: 55).

Fungsi komunikasi menurut Effendy (2011: 31), antara lain yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2011: 10) untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*who says what in which channel to whom with what effect?*” dengan kata lain, komunikasi meliputi yaitu siapa yang berkomunikasi atau sumber komunikasi/komunikator, menyatakan apa (pesan/isi komunikasi), dengan saluran yang mana (media yang digunakan), pada siapa (penerima/

komunikasikan), dan dengan efek apa. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum unsur-unsur dalam suatu aktivitas komunikasi adalah:

a. Komunikator

Komunikator merupakan pelaku utama dalam aktivitas komunikasi (Ramadani, 2020: 124). Komunikator, adalah penyampai atau penyebar pesan (Sastropetro, dalam Turhamun, 2020: 202). Komunikator (sumber / pengirim) adalah asal informasi yang dikomunikasikan atau orang yang mengambil prakarsa dalam berkomunikasi (Kawengian, dkk., 2017: 5).

b. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan (Sastropetro dalam Turhamun, 2020: 202). Pesan adalah yang disampaikan dari komunikator dalam bentuk lambang-lambang, misalnya berupa gerakan, sinar, suara, tulisan, gambar dan lain-lain (Kawengian, dkk., 2017: 5). Terdapat tiga teori yang menjelaskan penyusunan pesan, yaitu pertama yaitu *don't tell'em theory*, dijelaskan bahwa orang tidak akan memegang dan menanyakan pesan, sehingga tidak membuat pendapat tentang pesan itu karena pesan atau ide tidak disampaikan kepada orang itu. Teori yang kedua yaitu *over power 'em theory*, yang menunjukkan bahwa pesan akan berlalu dari khalayak jika pesan cukup keras, seringkali mengalami pengulangan, dan panjang. Teori ketiga *Glamour theory*, menjelaskan bahwa khalayak akan tertarik untuk memiliki pesan jika dikemas dengan baik, lalu ditawarkan dengan persuasi (Cangara, 2016: 140).

c. Media

Memilih media komunikasi sebaiknya mempertimbangkan tujuan penyampaian pesan, karakteristik isi pesan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak (Cangara, 2016: 146). Saluran komunikasi terdiri dari (1) saluran komunikasi tradisional yaitu misalnya upacara perdamaian, pesta panen, upacara perkawinaan, upacara kematian (berkabung), upacara kelahiran, dan pesta adat; (2) Saluran komunikasi antar pribadi, yaitu misalnya SMS (*simple message services*), telepon, surat menyurat yang dilakukan teman kantor, sahabat, tetangga dekat dan anggota keluarga; (3) Saluran komunikasi publik, yaitu misalnya komunitas agama atau partai; dan (4) saluran komunikasi kelompok, yaitu misalnya kelompok kelompok profesi atau kelompok sosial (Cangara, 2016: 149).

d. Komunikan

Segala komponen komunikasi yang akan digunakan, disesuaikan dengan khalayak yang akan menerima pesan (Zamzami & Sahana, 2021: 34). Dalam dunia bisnis masyarakat diistilahkan dengan sebutan pasar, dalam studi komunikasi disebut khalayak (*audience*), sementara dalam dunia politik disebut publik (Ramadani, 2020: 124).

e. Efek

Efek adalah perubahan yang terjadi di pihak komunikan atau tujuan setelah menerima pesan (Sastropetro dalam Turhamun, 2020: 202). Efek pada masyarakat dapat berupa (1) *behaviour* atau perilaku, (2) *attitude* atau sikap, dan (3) *knowledge* atau pengetahuan (Ramadani, 2020: 125).

Aktivitas Komunikasi merupakan segala sesuatu yang dilakukan baik fisik maupun non-fisik terkait dengan tindakan komunikatif (Rustam, 2015: 83). Komunikasi membedakan aktifitas berdasarkan saat terjadinya : sebelum, selama, dan sesudah terpaan media (Hartono, 2011: 178). Komunikasi yang dilakukan YIARI ditujukan untuk masyarakat atau public sehingga komunikasi dalam penelitian ini merupakan komunikasi publik.

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang sulit untuk bisa saling dikenali satu persatu (Angkouw, 2013: 4). Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu per satu dan sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur atau membujuk (Karyaningsih, 2018: 30). Hasling (Angkouw, 2013: 2) mengungkapkan pula bahwa speaker, message, dan audience merupakan tiga hal utama dalam komunikasi publik. Elemen-elemen tersebut merupakan inti dari proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan dengan hasil kebersamaan makna. Komunikasi YIARI ditujukan untuk memberikan informasi kepada publik sehingga diperlukan unsur-unsur dalam *public relations* dalam menyampaikan informasi dengan publik atau masyarakat agar memiliki kesamaan pemahaman.

## 5.2. *Public Relations*

*Public Relations* merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapai (Artis, 2011: 186). *Public relations* adalah “sebuah fungsi manajemen yang khas yang membantu dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publik; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk terus memperoleh informasi dan responsif terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya (Suwatno, 2018: 2).

Kegiatan *public relations* menurut Fayol (Ruslan, 2014: 23), yaitu:

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan dengan menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif dan mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi krisis, seperti menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR *Recovery of Image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.

- c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan, dalam hal ini mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik, serta mendukung kegiatan kampanye sosial.

Indikator *public relations* (Kotler dan Keller, dalam Sari, dkk., 2018:

16) antara lain yaitu:

- a. Publikasi yaitu menyampaikan suatu informasi atau pemberitahuan pada masyarakat luas dengan tujuan informasi tersebut agar dapat tersampaikan dengan cara melalui media.
- b. Event yaitu sebuah rangkaian kegiatan/acara dalam rangka tujuan tertentu yang diadakan agar dapat menarik perhatian masyarakat.
- c. Sponsorship yaitu cara promosi yang dilakukan yaitu dengan ikut serta dalam suatu event, untuk mensponsori dan sekaligus mempromosikan dan mengangkat *image* di mata masyarakat.
- d. Pemberitaan yaitu laporan berita yang telah di publikasikan yang bertujuan untuk menginformasikan agar masyarakat tertarik.

Tugas *public relations* adalah melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan di dalam organisasi dengan jalan berkomunikasi (Syafriana, dkk., 2020: 34). *Public relations* berperan sebagai media untuk berkomunikasi suatu organisasi dengan pihak-pihak terkait untuk membangun suatu citra (Hermawan, 2020: 143). Peran *public relations* dalam organisasi menurut Dozier (Syafriana, dkk., 2020: 35) adalah sebagai berikut:

- a. Penasehat ahli (*Expert Prescriber*)

Bertugas membantu manajemen untuk mencari solusi dan menyelesaikan masalah *public relationship* yang dihadapi organisasi atau perusahaan. Praktisi *public relations* yang memiliki keahlian tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).

b. Fasilitator komunikasi (*Communications facilitator*):

Menjadi komunikator atau mediator yang mewakili organisasi atau perusahaan melalui komunikasi dua arah dengan publiknya. Praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam mendengar keinginan dari publik terhadap organisasi, serta mampu menjelaskan kembali keinginan dan harapan organisasi kepada publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik yang dilaksanakan oleh *Public Relations* dapat menciptakan saling pengertian, mempercayai, menghargai dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*):

Memberikan saran, masukan, dan membantu dalam penyelesaian masalah, agar keputusan yang diambil menjadi rasional dan profesional. Praktisi *public relations* merupakan bagian dari tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi dalam proses pemecahan persoalan atau krisis yang tengah dihadapi, baik sebagai penasihat (*advisor*) dan mengambil tindakan eksekusi (keputusan). Biasanya dalam menghadapi



suatu krisis dibentuk suatu tim yang dikoordinir praktisi *public relations* dengan melibatkan berbagai departemen dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi mengatasi persoalan.

d. *Communications Technician*:

*Public relations* menyediakan layanan teknis komunikasi. Layanan teknis komunikasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan.

*Public relation* berfungsi sebagai media komunikasi dengan para pemangku kepentingan untuk menginformasikan visi, misi, tujuan dan program lembaga kepada publik (Afkarina dalam Amalia, 2020: 14). Berbagai fungsi *public relations* (Edward L Bernay dalam Ruslan, 2014; Cutlip, dkk., 2006) antara lain, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu organisasi sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.
- d. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi).
- e. Membina hubungan yang harmonis antara badan / organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.

- f. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- g. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan, saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- h. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan / organisasi ke publiknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

### **5.3. Ekosistem Berkelanjutan**

Ekosistem adalah tatanan kesatuan secara utuh menyeluruh antara segenap unsur lingkungan hidup yang saling mempengaruhi (Effendi, dkk., 2018: 76). Berkelanjutan merupakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Effendi, dkk., 2018: 77). Ekosistem merupakan sumber daya alam yang mempunyai manfaat dengan pengaruh yang sangat luas. Peranan ekosistem bagi kehidupan dapat diketahui dari banyaknya jenis binatang dan tumbuhan yang hidupnya tergantung pada suatu ekosistem (Khairuddin, dkk., 2016: 21).

Tujuannya yaitu untuk meningkatkan secara total kualitas hidup, baik sekarang maupun untuk masa depan, dengan memperhatikan tidak hanya ekologis saja, namun juga berbagai hal lain berupa social dan ekonomi. Lingkup lingkungan hidup yang berkelanjutan (Effendi, dkk., 2018: 78):

- a. Memelihara keanekaragaman hayati sumber daya alam.

- b. Bertanggung jawab dalam penggunaan sumber daya berkelanjutan dengan penggunaan energi yang efisien.
- c. Menjaga tingkat panen dengan tidak melebihi tingkat regenerasi.
- d. Mengembangkan sumber daya tak terbarukan sebanding berkurangnya sumber daya tersebut.
- e. Penerapan daur ulang atau penggunaan ulang material.
- f. Mengurangi emisi limbah sebagai pertimbangan dampak terhadap lingkungan.

Ekosistem berkelanjutan dalam penelitian ini yaitu ekosistem orangutan, satwa liar lainnya dan lingkungan di Kabupaten Ketapang. Ketapang merupakan salah satu wilayah di Kalimantan dan merupakan habitat bagi orangutan dan satwa liar lainnya yang dilindungi keberadaannya agar tidak punah.

#### **5.4. Aktivitas Komunikasi *Public Relations***

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka aktivitas komunikasi publik pada penelitian ini merupakan segala hal yang dilakukan untuk penyebarluasan pesan dan menciptakan efek tertentu antara seorang pembicara dengan sejumlah orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu per satu. Pada penelitian ini dikaji tentang aktivitas komunikasi YIARI sebagai usaha bersama yang dilakukan oleh organisasi peduli lingkungan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat sehingga dapat mengubah tingkah laku manusia untuk mewujudkan ekosistem berkelanjutan melalui kegiatan *after school program*. Hasling (Angkouw, 2013: 2) mengungkapkan bahwa speaker, message, dan audience merupakan tiga hal utama dalam komunikasi publik.

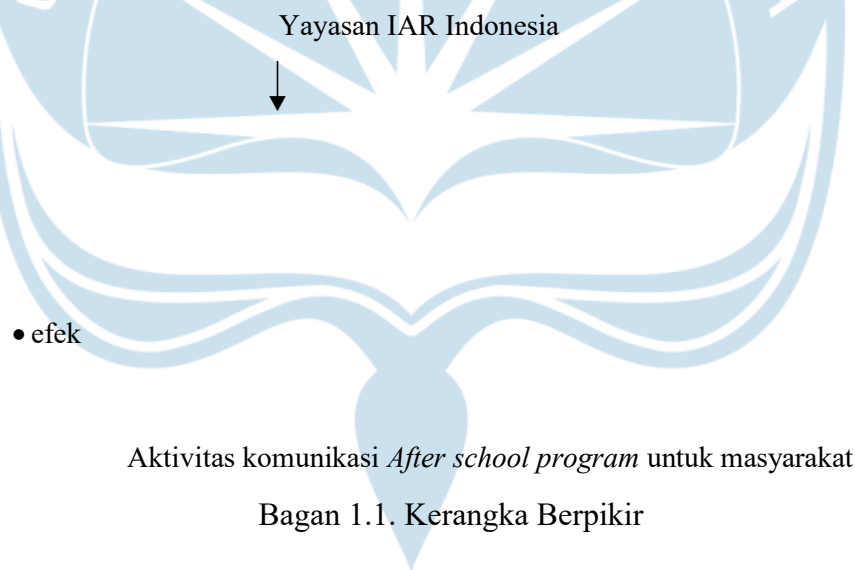
Elemen-elemen tersebut merupakan inti dari proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan dengan hasil kebersamaan makna. Sedangkan menurut Lasswell komunikasi terdiri dari *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect*.

Komunikasi pada penelitian ini menggunakan teori Harold Lasswell dalam Effendy (2011: 10) yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

- a. Komunikator, pada penelitian ini yaitu pihak yang melakukan komunikasi menyampaikan penyelenggaraan *after school program*;
- b. Pesan, yaitu cara YIARI menentukan pesan/ informasi dan mengembangkan pesan yang disampaikan untuk mendukung *after school program*;
- c. Media, yaitu informasi tentang media komunikasi atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan tentang penyelenggaraan *after school program*;
- d. Komunikan, yaitu penentuan target audiens yang menjadi penerima pesan dari komunikasi yang dilakukan YIARI untuk mendukung penyelenggaraan *after school program*;
- e. Efek, yaitu informasi tentang dampak dan harapan setelah terjadinya proses komunikasi yang dilakukan YIARI untuk mendukung penyelenggaraan *after school program*.

Unsur-unsur komunikasi tersebut merupakan aktivitas yang dilakukan dalam menyampaikan informasi kepada publik atau masyarakat untuk mendukung penyelenggaraan *after school program* dalam mewujudkan

ekosistem berkelanjutan khususnya orangutan, satwa liar lainnya dan lingkungan. Oleh sebab itu elemen komunikasi kepada publik dikelola agar dapat berinteraksi dan menjalin hubungan dengan publik. Komunikasi didukung dengan kemampuan *public relations* diperlukan untuk menjelaskan program kepada publik atau masyarakat. *Public relations* berperan untuk mengkomunikasikan berbagai program dan aktivitas lembaga dengan publiknya, agar muncul saling pengertian dan pemahaman antara keduanya (Amalia, 2020: 14). Indikator *public relations* (Kotler dan Keller, dalam Sari, dkk., 2018: 16) adalah publikasi, event, sponsorship, dan pemberitaan.



## 6. Metodologi Penelitian

### 7.1. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang memberikan hasil data deskriptif

berupa kata tertulis maupun lisan dari perilaku dan orang yang dapat dilakukan pengamatan (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2012: 4).

Metode yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) yaitu sebuah model yang memfokuskan eksplorasi atas satu kasus khusus ataupun pada sebagian kasus secara terperinci dengan penggalian data secara mendalam (Creswell, 2015). Metode yang digunakan ini diharapkan dapat mengungkapkan peristiwa sosial, objek, atau situasi saat pelaksanaan penelitian yaitu mengenai aktivitas komunikasi YIARI melalui *after school program* untuk mewujudkan ekosistem berkelanjutan.

## **7.2. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Yayasan *International Animal Rescue* Indonesia. Lokasi penelitian secara spesifik terletak di Jalan Ketapang-Tanjungpura RT 010, Pematang Merbau, Kecamatan Muara Pawan, Kabupaten Ketapang.

## **7.3. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian yaitu pihak-pihak yang berperan mengelola komunikasi Yayasan *IAR Indonesia* dalam kegiatan *after school program*. Kriteria pemilihan narasumber pada penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian sehingga narasumber yang dipilih yaitu orang yang melakukan tanggungjawab terhadap penyelenggaraan program edukasi *after school program*. Narasumber pertama yaitu Supervisor program edukasi *after school program* di Yayasan IAR Indonesia sebagai pengelola dan pengawas

pelaksanaan program edukasi *after school program* termasuk komunikasi *after school program*. Narasumber kedua yaitu Staf Edukasi dan Penyadartahuan yang bertanggung jawab untuk memberikan edukasi dan pembinaan kepada peserta, dan mengelola kegiatan dalam program edukasi. Narasumber ketiga yaitu masyarakat yang berada di Desa Sei Awan Kiri dengan kriteria pernah atau sedang mengikuti kegiatan *after school program* Yayasan IAR Indonesia.

#### **7.4. Jenis Data**

Jenis data pada penelitian ini yaitu data kualitatif yang merupakan data yang berbentuk kata-kata atau verbal dan cara memperolehnya dapat dilakukan melalui wawancara. Data primer atau data yang diperoleh secara langsung dalam penelitian ini didapatkan dari wawancara. Data sekunder yang digunakan untuk mendukung data primer diperoleh melalui studi literatur dan pustaka, serta dari dokumen yang relevan dengan penelitian.

#### **7.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian terdiri dari wawancara dan dokumentasi.

##### **a. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya-jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu (Esterberg dalam Sugiyono, 2016: 231).

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dan

relevan dengan penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara mendalam (*indepth interview*) yang merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Peneliti dalam melakukan wawancara untuk pengumpulan data telah menyiapkan sebuah instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan pernyataan kepada narasumber penelitian. Pedoman wawancara berisi pertanyaan-pertanyaan garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari informan yang nantinya dapat dikembangkan dengan memperhatikan perkembangan, konteks, dan situasi wawancara. Peneliti akan mewawancarai mengenai aktivitas komunikasi Yayasan *IAR Indonesia* melalui *after school program*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2014: 143). Dokumen yaitu catatan kejadian yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental, dari seseorang (Sugiyono, 2016: 240). Dokumen yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumen tentang kegiatan *after*



*school program Yayasan IAR Indonesia. Dokumen yang diperlukan yaitu online news, dokumen profil dan struktur organisasi pengelola after school program Yayasan IAR Indonesia, dan catatan-catatan lain yang relevan dengan permasalahan penelitian.*

#### **7.6. Teknik Analisis Data**

Anailisis data pada penelitian ini adalah aktivitas mengelola data untuk mendeskripsikan data hasil wawancara dan dokumentasi yang telah terkumpul. Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2016: 246) menjelaskan bahwa pelaksanaan analisis data kualitatif yaitu pada saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu dan dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data kualitatif antara lain:

##### **a. Reduksi Data**

Reduksi data yaitu kegiatan merangkum, memilih berbagai hal yang pokok, fokus pada beragam hal yang penting, mencari tema dan polanya, sehingga akan memberikan kejelasan dan kemudahan untuk pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2016: 247). Pada penelitian ini reduksi data, dilakukan dengan merangkum, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data sesuai tujuan penelitian.

##### **b. Penyajian Data**

Penyajian data merupakan penyusunan sekumpulan informasi sehingga memberikan gambaran sesuai tujuan penelitian. Proses penyajian data dilakukan agar data terorganisasi dan tersusun pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami. Data dalam penelitian ini yang diperoleh dari proses wawancara dan dokumentasi selanjutnya ditampilkan berupa uraian singkat dalam bentuk teks naratif.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Proses penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir dalam proses penelitian. Kesimpulan didukung dengan adanya bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian agar menjadi kesimpulan yang kredibel. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan melalui ringkasan naratif agar hasil penelitian dapat memberikan kemudahan dalam pemahaman tentang aktivitas komunikasi YIARI melalui *after school program* untuk mewujudkan ekosistem berkelanjutan.