

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG PENTINGNYA STERILISASI PADA KUCING

Anita Firdaus

S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
E-mail :anita.fird12@gmail.com

Meirina Lani Anggapuspa, S.Sn., M.Sn.

Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
meirinaanggapuspa@unesa.ac.id

Abstrak

Perancangan ini dilatar belakangi karena kurangnya pemahaman serta kepedulian akan sterilisasi pada kucing yang belum menjangkau masyarakat secara menyeluruh. Adanya iklan layanan masyarakat merupakan salah satu media yang diharapkan dapat mengedukasi serta persuasif tentang tanggung jawab serta pentingnya sterilisasi pada kucing, juga berbagai akibat dan pengaruh apabila tidak terlaksananya sterilisasi. Proses perancangan berangkat dari potensi dan masalah yang ada, kemudian dilanjutkan dengan hasil pembahasan data observasi yang mana akan mengarahkan pada rencana rancangan produk. Hasil rancangan produk kemudian dilanjutkan dengan menyiapkan *thumbnail* desain yang mana akan disediakan 3 *thumbnail* per desain produk. Kemudian dilanjutkan dengan *tight tissue*, yang mana hasilnya berupa desain yang telah terpilih dari bentuk *thumbnail*. Terakhir adalah hasil desain atau *final* desain yang akan di eksekusi atau dipakai dalam proses perancangan ILM tersebut. Media yang digunakan berupa poster sebagai media utama, kemudia ditambahkan beberapa media pendukung. Konsep yang digunakan yakni *folk illustration* yang diharapkan dapat memberi hasil karya yang sesuai dengan tema perancangan. Dengan demikian, informasi dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh masyarakat khususnya pemelihara dalam menjaga kelangsungan hidup kucing.

Kata kunci: Iklan, iklan layanan masyarakat, sterilisasi, kucing

Abstract

This design was motivated by a lack of understanding and concern for sterilization in cats that have not yet reached the community as a whole. The existence of public service announcements is one of the media that is expected to educate and be persuasive about the responsibilities and importance of sterilization in cats, as well as the various effects and effects if sterilization is not carried out. The design process departs from existing potentials and problems, then continues with the results of the discussion of observational data which will lead to the product design plan. The results of the product design are then continued by preparing a design thumbnail where 3 thumbnails will be provided per product design. Then proceed with the tight tissue, which results in the form of a design that has been selected from the thumbnail form. Last is the design or final design that will be executed or used in the process of designing the Public Service Ad. The media used in the form of posters as the main media, then added some supporting media. The concept used is folk illustration which is expected to provide work that is consistent with the design theme. Thus, information can be conveyed well and easily understood by the public, especially the keeper in maintaining the survival of cats.

Keywords: Advertisements, public service announcements, sterilization, cats

PENDAHULUAN

Tidak ada yang tidak mengenal kucing. Kucing merupakan hewan yang paling banyak dijadikan peliharaan karena karakternya yang lucu dan menggemaskan bagi sebagian orang. Kucing tergolong hewan karnivora, yaitu hewan pemakan daging. Kucing sangat mudah dijumpai di berbagai wilayah, terutama di wilayah perkotaan. Sebagian besar orang menjadikannya hewan peliharaan yang setia, namun terdapat beberapa kasus tentang membludaknya populasi kucing yang berakhir dengan nasib kucing menjadi tidak jelas, bahkan berujung ke

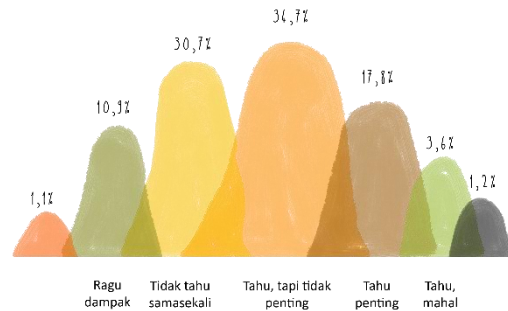
penyiksaan kucing oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Euromonitor International* pada tahun 2017, salah satu faktor yang membuat masyarakat memelihara kucing atau hewan peliharaan yaitu pernikahan yang tertunda, kehamilan yang tertunda, faktor penuaan, meningkatnya masyarakat yang memutuskan untuk tinggal sendiri, media sosial dan *self branding*. Hal tersebut nantinya juga

akan menjadi salah satu target perancangan iklan layanan masyarakat ini.

Meledaknya populasi kucing menuai berbagai alasan, kucing yang mulanya menjadi hewan peliharaan dengan mudah dibuang begitu saja misalnya sudah tidak mampu merawat karena kebutuhan perawatan kucing yang dapat terbilang tidak murah (biasanya ditemukan pada pemelihara kucing ras), sudah tidak lucu lagi, dibuang karena melahirkan dengan dalih kucing terlalu banyak sehingga tidak membutuhkan anak kucingnya, ada juga yang sengaja dibuang karena kucing sudah berpenyakit. Hal tersebut memperlihatkan bahwa sebagian pemelihara kucing dengan mudahnya melepas tanggung jawab untuk memelihara kucing dan kucing tersebut dibuang ke jalanan, pasar bahkan tempat sampah tanpa memikirkan kelanjutan kehidupan kucing dan dampak yang disebabkan. Kucing yang ditelantarkan akan menjadi kucing liar dan menjadi mudah untuk berkembang biak/ber-reproduksi dan mengakibatkan bertambahnya populasi yang ada.

Meningkatnya populasi tersebut juga dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dengan perlakuan sampai menimbulkan kejahatan dan penyalahgunaan pada kucing liar. Seperti halnya kasus yang terdapat pada media sosial instagram milik Doniherdaru (akun *animal rescue and shelter*), kasus yang sering terjadi adalah penemuan kucing yang menjadi korban iseng dengan mengalungkan karet gelang pada leher kucing sehingga mengalami infeksi dan luka. Kemudian kucing yang ditemukan dengan mata tidak lengkap, pemotongan anggota tubuh dan disiram air panas. Di China sendiri, terdapat tradisi yang disebut dengan festival Yulin yaitu sebuah tradisi untuk mengkonsumsi daging kucing. Mereka memperoleh daging kucing dengan menjaring dan menangkap secara besar-besaran kucing liar. Tradisi ini diyakini sebagai penghalau hawa panas saat musim panas tiba. Di Indonesia sendiri terdapat pasar Tomoho yang terletak di daerah Manado, yang mana di pasar tersebut daging kucing diperjual-belikan. Selain memang tidak dianjurkan sebagai bahan konsumsi, kucing dapat membawa berbagai macam penyakit yang dapat menular ke manusia di antaranya adalah toksoplasma yakni parasit yang dapat menyebabkan kecacatan pada janin, kemudian rabies, asma, radang, dan infeksi. Bagi para pemelihara yang menyerah serta tidak teredukasi dengan baik juga faktor biaya perawatan kucing yang tidak murah, maka jalan satu-satunya adalah dengan membuang dan menelantarkan kucing sehingga memicu meledaknya populasi kucing. Berikut beberapa data tentang apa itu sterilisasi yang diperoleh dari hasil penyebaran angket yang ada di kota Surabaya:

Terlepas dari itu, pentingnya sterilisasi terhadap kucing masih belum dapat menjangkau sepenuhnya pikiran masyarakat keseluruhan. Maka dari itu, pembuatan iklan layanan masyarakat tentang pentingnya sterilisasi pada kucing dapat menjadi suatu media edukasi serta persuasif yang diharapkan dengan mudah diterima oleh masyarakat khususnya pemelihara kucing agar kesadaran akan pentingnya sterilisasi pada kucing dapat dipikirkan kembali dengan segala dampak yang muncul dikemudian hari.



Gambar 2.1 Hasil angket tentang sterilisasi kucing di kota Surabaya
(sumber: google form, dokumen pribadi)

Dengan demikian judul skripsi yang diangkat adalah **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Pentingnya Sterilisasi pada Kucing.**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Membuat suatu iklan layanan masyarakat tentang pentingnya sterilisasi pada kucing guna menyampaikan pesan edukasi pada masyarakat untuk menekan *over* populasi pada kucing.
2. Membuat sebuah iklan layanan masyarakat menggunakan media yang tepat dan dapat bersinggungan secara langsung dengan target *audience* yang dituju, misalnya poster dan juga media pendukung lainnya.
3. Menyajikan poster iklan layanan masyarakat sebagai media utama dengan komposisi layout yang menarik namun tetap mudah dipahami.

METODE PERANCANGAN

Kegiatan perancangan ini menggunakan metode penelitian R & D atau yang biasa disebut dengan Research and Development dari Sugiyono. Penelitian dan pengembangan merupakan metode dalam penelitian ilmiah untuk meneliti, merancang, memproduksi serta menguji validitas produk yang telah dihasilkan atau biasa disebut dengan istilah 4P, yaitu kegiatan Penelitian, Perancangan, Produksi dan Pengujian (Sugiyono, 2017:30).

Dalam buku Sugiyono, terdapat berbagai langkah metode penelitian yang dapat di ikuti sesuai dengan kebutuhan penelitian peneliti, yaitu sebagai berikut.

1. Level 1 (Meneliti tanpa Menguji)
Dalam hal ini level tersebut erupakan level yang terendah yang mana posisinya adalah melakukan penelitian tapi tidak dilanjutkan dengan membuat produk dan tidak melakukan pengujian lapangan.
2. Level 2 (Tidak Meneliti tetapi Menguji)
Yaitu penelitian yang tidak membuat rancangan produk melalui penelitian, tetapi hanya memvalidasi atau menguji efektifitas dan efisiensi produk yang sudah ada.
3. Level 3 (Meneliti dan Menguji untuk Mengembangkan Produk yang Telah Ada)
Merupakan penelitian dan pengembangan yang didalamnya meneliti dan menguji untuk mengembangkan produk yang telah ada,

menyempurnakan yang telah ada baik dari segi bentuk maupun fungsinya.

4. Level 4 (Meneliti dan Menguji untuk Menciptakan Produk yang belum ada)
Adalah penelitian dan pengembangan yang dapat menciptakan produk baru yang kreatif, original dan teruji. Menciptakan produk baru yang kreatif berarti membuat produk baru yang memiliki nilai tambah dan belum pernah ada. Original berarti asli, belum ada orang lain yang membuatnya. Teruji berarti produk tersebut telah terbukti secara empiris kualitasnya melalui berbagai pengujian lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan langkah metode penelitian level 4, namun sebagaimana kebutuhan peneliti berangkat dari potensi dan masalah, pembuatan produk yaitu, pembuatan media iklan layanan masyarakat tentang pentingnya sterilisasi pada kucing yang diikuti dengan penyebaran produk jika memungkinkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Wawancara

Sebagaimana wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber, yakni drh. Aditya dari Rumah Sakit Hewan Unair, memberikan beberapa kesimpulan bahwa selama ini banyak masyarakat yang salah mengartikan apa sebenarnya sterilisasi beserta bagaimana cara tindakannya. Pada hakikatnya, sterilisasi merupakan proses menghilangkan organ (pusat organ reproduksi) bukan menghilangkan bagian alat vitalnya. Sehingga, setelah proses sterilisasi dilakukan, kucing masih dapat melakukan aktivitas reproduksi seperti biasa, namun dengan intensitas yang rendah serta tidak dapat menghasilkan keturunan. Kemudian, tindakan sterilisasi juga memiliki rentang waktu yang baik untuk dilakukan, yakni pada usia 8 minggu atau sekitar 4 sampai 6 bulan. Tindakan sterilisasi juga memberikan dampak positif bagi kucing, misalnya mengurangi resiko penyakit, tidak *spraying* atau buang air sembarangan, lebih jinak, mengontrol populasi

Kendala yang juga menjadi alasan mengapa masyarakat tidak melakukan tindakan sterilisasi adalah biaya. Mengenai edukasi tentang sterilisasi kucing, beberapa persen sudah menyebar pada masyarakat. Namun, sisanya tetap tidak terlalu mepedulikan pengaruh yang didapat apabila sterilisasi dilakukan karena beberapa alasan tertentu. Jika dilihat dari fenomena yang ada, sterilisasi begitu sangat dianjurkan guna mengontrol populasi kucing saat ini.

2. Hasil Angket

Dari hasil angket yang disebar, terdapat masyarakat yang memang sudah dan belum tahu apa arti dari sterilisasi itu. Namun, kebanyakan dari mereka memilih tidak melakukannya karena berbagai alasan, yang paling banyak adalah dengan jawaban bahwa sterilisasi akan menyakiti kucing

tersebut dan memutus hak kucing untuk berkembang biak. Padahal dari situlah peran masyarakat dibutuhkan untuk turut serta mengontrol populasi kucing yang sudah membludak. kemudian hasil selanjutnya mengatakan bahwa mayoritas kucing responden mati karena adanya penyakit yang bisa jadi penyakit tersebut muncul disebabkan oleh tindakan sterilisasi yang tidak dilakukan (karena kucing yang belum di steril bisa beresiko terkena berbagai macam penyakit).

Hasil angket tersebut juga mengatakan bahwa responden banyak memperoleh kucing mereka dari tempat yang dirasa aman, misalnya petshop. Namun, sebagian kecil ada juga yang memilih memungut di jalan dan *shelter*. Jadi, hasil angket dapat disimpulkan bahwa masyarakat memilih untuk tidak melakukan sterilisasi dengan alasan hak berkembang biak makhluk hidup.

STRATEGI PERANCANGAN

Perancangan ini difokuskan dalam bagaimana kita memanfaatkan wadah-wadah yang sudah ada, sehingga media dapat meneruskan poin dan nilai tambah, tidak memulai dari nol. Wadah-wadah tersebut contohnya seperti klinik hewan, rumah sakit hewan, *petshop*, pasar, serta media-media sosial yang sudah ada untuk menaungi proses diseminasinya nanti, yaitu *Instagram*, *Twitter* dan sebagainya.

Media yang digunakan dibedakan menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dalam perancangan ini adalah poster. Terdapat dua macam poster yang juga memiliki penempatan yang berbeda. Poster cetak akan ditempatkan pada lokasi-lokasi yang dinilai bersinggungan secara langsung dengan kucing dan poster seri yang nantinya akan dimuat di sosial media. Dalam poster cetak akan dibekali dengan barcode untuk mengakses poster seri (non cetak).

Media pendukung berupa merchandise yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan kampanye dan juga sebagai hadiah. Contoh media pendukung yaitu *T-shirt*, kalender meja, gantungan kunci, dan brosur.

PROSES DESAIN ATAU VISUALISASI

1. Penjaringan Ide Visual

Ide visual berasal dari pengangkatan salah satu yang *viral* saat ini, yaitu kucing berwarna orange yang dijadikan karakter atau objek yang ada pada semua media. Gaya visualisasi menggunakan *style folk illustration* yang mana gambar tersebut lebih mengarah ke unsur gambar lucu namun memiliki kesan sedikit aneh karena tidak mementingkan proporsi.

2. Spesifikasi Produk

Karya memiliki tema besar yang diterapkan pada semua produk yaitu bentuk kuping kucing. Tema besar ini diterapkan pada produk cetak.

MEDIA UTAMA

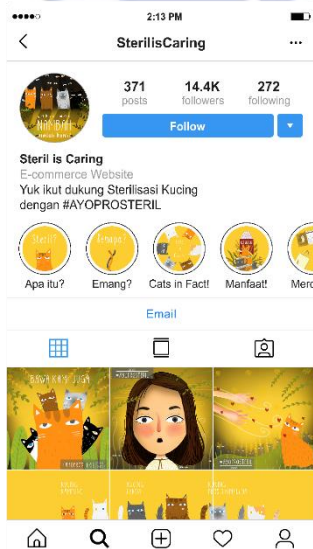
a) Poster



Gambar 1: Poster Cetak
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

Poster dibuat dengan pilihan warna yang hangat dan disertai ilustrasi kucing yang pada bagian belakangnya terdapat banyak mata. Mata tersebut merupakan bayangan betapa banyaknya jumlah kucing yang tidak terlihat dan tak terhitung jumlahnya.

b) Poster seri media sosial



Gambar 1: Poster seri, media sosial
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

Desain tetap menggunakan warna hangat dan ilustrasi kucing yang mana kucing tersebut ditemukan seorang anak yang ingin

mengadopsinya. Namun, anak tersebut juga harus membawa anak-anak kucing tersebut.

MEDIA PENDUKUNG

a) Brosur



Gambar 1: Brosur
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

Brosur di desain dengan menerapkan tema besar yaitu bentuk kuping kucing yang kemudian didalamnya terdapat infografis mengenai sterilisasi kucing dan juga *fun fact* tentang kucing yang ada di Indonesia.

c) Tshirt



Gambar 1: Tshirt
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

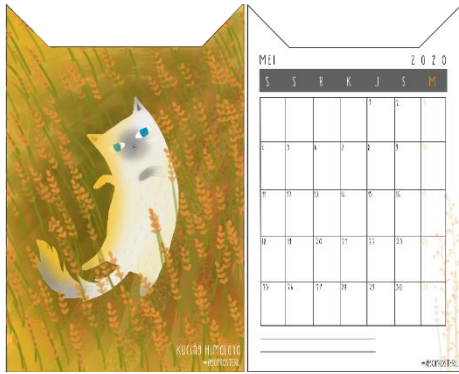
Desain *tshirt* terdiri dari ilustrasi beberapa kucing dewasa yang dikelilingi ilustrasi anak kucing yang mana menggambarkan bahwa kucing sangat mudah berkembang biak. *Tshirt* juga ditambahkan tulisan hashtag agar masyarakat tetap dapat membaca maksud dari penggunaan *tshirt* tersebut

d) Totebag

Desain *totebag* juga menerapkan tema besar kuping kucing dan juga ilustrasi kucing, serta menambahkan hashtag #ayoprosteril

e) Kalender

Kalender dibuat dengan menerapkan bentuk kuping kucing dan dibagi menjadi dua bagian, yaitu satu sisi untuk ilustrasi kucing, sisi lainnya digunakan sebagai angka tanggal kalender yang dilengkapi dengan tabel *may to do*.



Gambar 1: Kalender
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

f) *Keychain*



Gambar 1: Desain *Keychain*
(Sumber: Dok. Penulis, 2019)

Desain *keychain* menerapkan berbagai jenis kucing yang populer di Indonesia. Dicitak dengan bahan akrilik serta ditambahkan ditambahkan *hashtag* ayoprosteril.

Tabel 2 Deskripsi Media (Sumber Pribadi)

No	Media	Format	Bahan Finishing
a.	Poster	A3+	Art Paper 230gr Laminansi <i>doff</i> Print 1 sisi
b.	Poster Seri	Menyesuaikan	
c.	Brosur	22x45 cm	<i>Jasmine Paper Die Cut</i> Print 2 sisi
d.	<i>T-shirt</i>	Size M dan L	Kaos tanpa jahit samping Sablon/ Digital print
e.	<i>Totebag</i>	Size 40x35	Canvas Sablon/ Digital print 1 sisi
f.	Kalendar	Size 23x17 (A5)	Art Paper 230gr <i>Die Cut</i> Standing Acrylic
g.	<i>Keyhain</i>	Size 4x5,5 cm	Akrilik <i>Cutting</i> sesuai bentuk

KESIMPULAN

Berikut merupakan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah:

1. Memelihara kucing bukan hanya tentang sekedar memelihara, tapi dibutuhkan pengertian serta tanggung jawab dalam masa pemeliharaan tersebut. Kepedulian mengenai kesejahteraan hewan juga perlu direalisasikan menyangkut pengaruhnya pada lingkungan hidup terlebih manusia.
2. Perancangan ini berfungsi untuk membangun kembali kepedulian dan tanggung jawab masyarakat mengenai kesejahteraan hewan yang ada disekitar kita, dimana sekarang ini jumlah kucing sudah mencapai *over* populasi yaitu dengan tindakan edukasi tentang sterilisasi kucing melalui media-

media informatif yang dipersiapkan serta media pendukung yang dapat disimpan dan digunakan audiens.

3. Tema desain perancangan ini adalah *folk illustration* yang mana memiliki warna-warna *deep* serta terkesan magis (kesan semakin banyak populasinya maka semakin banyak resiko yang terjadi).
4. Media yang digunakan berupa poster berbentuk serta poster seri media sosial. Untuk media pendukung menggunakan brosur, kalender, *tshirt*, *keychain* dan *totebag*.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)". Bandung: Alfabeta
- Supriyono, Rakhmat. *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. 2010. Yogyakarta: C.V Andi
- Respatiningtas, Puspasari. 23 Maret 2017. Penjelasan Lengkap Manfaat Sterilisasi pada Kucing dan Anjing, (Online), <https://tanyadokterhewan.com/2017/03/23/penjelasan-lengkap-manfaat-sterilisasi-pada-kucing-dan-anjing/> diakses 8 November 2018.
- News, Kumparan. 29 Desember 2017. Meledaknya Populasi Kucing Liar di Jakarta, (Online), <https://kumparan.com/@kumparannews/meledaknya-populasi-kucing-liar-di-jakarta> diakses 9 November 2018

