

KAMPANYE ANTI KEKERASAN PADA HEWAN TERLANTAR OLEH JAKARTA ANIMAL AID NETWORK DAN DIREKTORAT JENDERAL PETERNAKAN DAN KESEHATAN HEWAN

Angelica Aninditha Kanya Putri¹, Renita Nabila Putri²

Email: angelica.aninditha3004@gmail.com¹, renitanabilap@gmail.com²

Institut Komunikasi Dan Bisnis LSPR

Abstrak Kekerasan terhadap hewan terlantar merupakan permasalahan yang merugikan, tidak hanya bagi hewan itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat secara umum. Kampanye Anti Kekerasan pada Hewan Terlantar yang dilakukan oleh Jakarta Animal Aid Network (JAAN) dan Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (Ditjen PKH) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mencegah tindakan kekerasan terhadap hewan terlantar di Jakarta. Kampanye ini melibatkan berbagai strategi yang mencakup edukasi, pemantauan, dan penegakan hukum. Dalam kampanye ini, JAAN bekerja sama dengan Ditjen PKH untuk mengadakan program-program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perlindungan hewan terlantar dan konsekuensi dari tindakan kekerasan terhadap mereka. Tujuan dari kampanye ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menghormati dan melindungi hewan terlantar serta penurunan kasus kekerasan terhadap hewan di Jakarta. Melalui kolaborasi antara JAAN dan Ditjen PKH, diharapkan kampanye ini dapat menjadi contoh yang baik bagi daerah-daerah lain di Indonesia dalam upaya melindungi hak-hak hewan terlantar. Dengan demikian, kampanye ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempromosikan kesejahteraan hewan terlantar dan mengurangi kekerasan terhadap mereka. Kampanye ini menunjukkan pentingnya kerja sama antara organisasi non-pemerintah dan lembaga pemerintah dalam mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan hewan terlantar.

Kata Kunci: Hewan terlantar, kekerasan terhadap hewan, kampanye, edukasi, penegakan hukum.

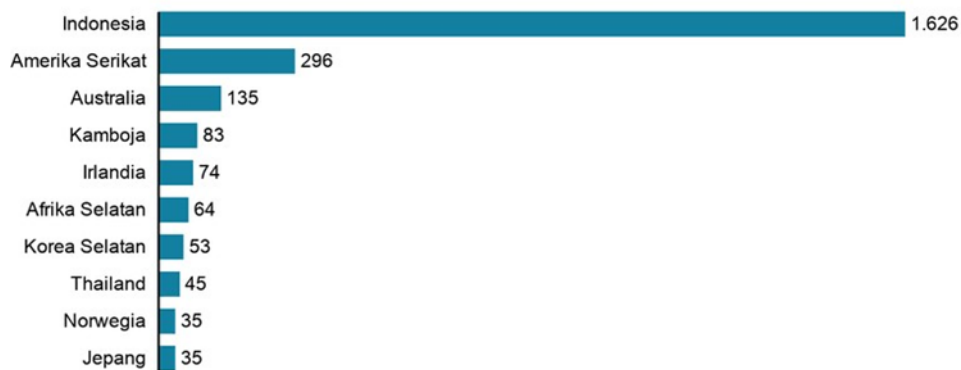
Abstract: *Violence against stray animals is a detrimental issue, not only for the animals themselves but also for the society. The Anti-Violence Campaign for Stray Pets conducted by Jakarta Animal Aid Network (JAAN) and the Directorate General of Animal Husbandry and Animal Health (Ditjen PKH) aims to raise awareness and prevent acts of violence against stray animals in Jakarta. This campaign involves various strategies including education, monitoring, and law enforcement. In this campaign, JAAN collaborates with Ditjen PKH to organize educational programs aimed at increasing public awareness about the importance of protecting stray animals and the consequences of violence against them. The goal of this campaign include an increase in public awareness about the importance of respecting and protecting stray animals, as well as a decrease in cases of violence against animals in Jakarta. Through the collaboration between JAAN and Ditjen PKH, it is hoped that this campaign can serve as a good example for other regions in Indonesia in their efforts to protect the rights of stray animals. This campaign contributes significantly to promoting the welfare of stray animals and reducing violence against them. It demonstrates the importance of cooperation between non-governmental organizations and government agencies in addressing issues related to the protection of stray animals.*

Keyword: *Stray animals, violence against animals, campaign, education, law enforcement.*

PENDAHULUAN

Hewan terlantar yaitu hewan peliharaan yang dipelihara secara tidak layak maupun hewan liar perkotaan yang kerap mendapat perlakuan buruk hingga kekerasan di masyarakat, entah karena mengganggu, buang kotoran sembarangan, dan merusak atau mengganggu lingkungan masyarakat.

Negara berdasarkan jumlah konten penyiiksaan hewan



Gambar 1 Negara Berdasarkan Jumlah Konten Penyiiksaan Hewan
Dari Asia For Animals Coalition, 2021.

Kasus kekerasan terhadap hewan merupakan kasus yang cukup tinggi di Indonesia. Kesadaran masyarakat untuk memperlakukan hewan dengan baik masih terbilang rendah khususnya di Jakarta. Berdasarkan data yang diambil dari Asia For Animal Coalition, Indonesia menjadi negara dengan urutan pertama di dunia yang paling banyak membuat konten penyiiksaan terhadap hewan di media sosial.

Riset itu menyebutkan dari 5.480 konten yang dikumpulkan, sebanyak 1.626 konten penyiiksaan berasal dari Indonesia. Data yang dikumpulkan itu berasal dari Youtube, Facebook, dan TikTok sejak Juli 2020-Agustus 2021. Masih terdapat ribuan konten yang lokasinya tidak diketahui sehingga konten kekerasan pada hewan ini menjadi masalah global yang harus ditangani serius.

Angka ribuan kasus itu hanyalah kasus yang terlihat karena berasal dari media sosial, namun masih banyak kasus-kasus yang tidak tersorot sehingga akan menimbulkan angka kekerasan yang jauh lebih banyak lagi.

Organisasi nirlaba Humane Society yang berbasis di Amerika Serikat menyebut 88 persen kasus penyiiksaan hewan terjadi di dalam rumah tangga yang memiliki riwayat kekerasan terhadap anak. Biro Penyelidikan Federal AS (FBI) tahun-tahun belakangan ini bahkan menjadikan kasus-kasus penyiiksaan hewan untuk memprediksi kasus-kasus pembunuhan. Kasus di Indonesia, remaja berinisial NS yang menjadi pelaku pembunuhan balita 2020 lalu, juga memiliki riwayat sebagai penyiiksa hewan disamping menjadi korban kekerasan seksual. Oleh karena itu, dampak dari kekerasan terhadap hewan tidak hanya dirasakan oleh hewan, tapi bisa berimbas kepada manusia. Dari banyaknya kasus kriminalitas menjadikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara kekerasan terhadap hewan dan kekerasan terhadap manusia. Selain karena hewan memiliki hak kebebasan untuk hidup agar terhindar dari penderitaan dan rasa sakit, menghentikan kasus kekerasan terhadap hewan tidak hanya menyelamatkan hewan, tapi juga manusia dari aksi kekerasan.

Sudah ada undang undang yang mengatur perlindungan terhadap kesejahteraan hewan di Indonesia. Terdapat Pasal 302 dan Pasal 540 KUHP, Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014, dan Pasal 99 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 95 Tahun 2012 tentang Kesehatan Masyarakat Veteriner dan Kesejahteraan Hewan. Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) menyatakan bahwa tindakan kekerasan terhadap hewan dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum. Namun aturan dan ancaman hukuman yang ringan tidak dapat menimbulkan efek jera bagi pelaku penyiiksaan hewan.

Terlebih lagi, para aparat penegak hukum masih meremehkan laporan terkait penyiiksaan hewan. Penerapan regulasi dengan baik tentunya dapat menghapus tindakan penyiiksaan terhadap hewan. Masyarakat dan penegak hukum perlu bersinergi untuk menegakkan peraturan ini. Sehingga penegakan peraturan tidak hanya dilakukan berdasarkan adanya laporan, melainkan dengan aktif menyelidiki dugaan-dugaan kekerasan terhadap hewan.

Maka dari itu, kampanye ini bertujuan untuk menegakkan dan melindungi hak kesejahteraan hewan khususnya hewan liar di Jakarta.

Terdapat lima prinsip kesejahteraan hewan yaitu:

1. Bebas dari rasa lapar dan haus
2. Bebas dari ketidaknyamanan, penganiayaan, dan penyalahgunaan
3. Bebas dari rasa sakit, cidera, dan penyakit
4. Bebas dari rasa takut dan tertekan
5. Bebas mengekspresikan perilaku alaminya

Kesejahteraan hewan adalah kondisi dimana kesehatan fisik dan psikologi hewan terpenuhi. Ketentuan mengenai kesejahteraan hewan itu dilakukan secara beradab. Yang dimaksud adalah tindakan yang merujuk pada etika dan nilai kemanusiaan, seperti tidak melakukan penyiksaan. Namun yang harus dilakukan justru sebaliknya, seperti memberikan perlindungan, perawatan, dan tempat tinggal yang terbaik dari manusia.

Semua hewan berhak mendapatkan perlakuan yang layak baik itu hewan peliharaan, hewan peternakan, hewan buas, dan juga hewan liar. Karena hewan merupakan makhluk hidup seperti manusia yang juga memiliki perasaan dan bisa merasakan sakit jika mengalami kekerasan. Dengan adanya kampanye ini kami ingin masyarakat peduli dan memperhatikan kesejahteraan hewan khususnya hewan terlantar di jalanan. Sehingga angka kekerasan pada hewan akan terus berkurang dan mereka dapat hidup dengan damai.

Banyaknya laporan data tentang kekerasan hewan yang terjadi di Indonesia menjadikan kami melakukan kampanye anti kekerasan pada hewan khususnya pada hewan terlantar di wilayah Jakarta. Karena hewan terlantar seperti anjing dan kucing banyak kita jumpai di jalan dan menjadi sasaran yang mudah untuk orang melakukan tindak kekerasan kepada mereka. Seperti contoh kasus :

a. Penembakan kucing liar di Rawamangun

Pada Desember 2020, publik kembali dikejutkan dengan kabar penembakan kucing liar di daerah Rawamangun, Pulogadung, Jakarta Timur. Seorang pria berinisial SO dilaporkan ke Polres Jakarta Timur karena diduga menembak sejumlah kucing liar di Jalan Daksinapati Timur III menggunakan senapan angin. Berdasarkan keterangan warga setempat, SO sudah berulang kali melakukan hal serupa sepanjang 2020. Dalam kasus ini, sangat disayangkan bahwa pelaku merupakan seorang pengusaha yang berpendidikan.

b. Penyeretan Anjing dengan sepeda motor

Publik digegerkan dengan beredarnya sebuah foto yang menampilkan seekor anjing curian diseret menggunakan tali oleh dua pria yang tengah mengendarai motor dengan pelat B 3759 CPT. Pria yang dibonceng tampak menyeret seekor anjing menggunakan tali tuntun. Anjing yang diseret itu pun tampak terjatuh ke sisi kiri hingga mengenai aspal.

Jika kita meneliti dari sisi edukasi masyarakat Tren kasus kekerasan terhadap hewan masih saja terjadi di lingkungan masyarakat, Jakarta Animal Aid Network (JAAN) menilai perlu adanya edukasi terkait masalah tersebut. Edukasi sejak dini, terutama pada pelajar, diharapkan dapat mencegah terjadinya kasus-kasus kekerasan terhadap hewan. Pada Januari 2021, Femke De Haas, mengatakan bahwa sosialisasi terkait kekerasan hewan sangat diperlukan agar kesadaran masyarakat meningkat.

Feemke menilai bahwa cara yang efektif untuk mengurangi kasus serupa yakni memberikan perhatian khusus mengenai kekerasan terhadap hewan. Bahkan, materi ini bisa saja dimasukkan ke dalam kurikulum sekolah sebagai bentuk edukasi kepada para pelajar. Feemke juga turut mengatakan bahwa edukasi anak mengenai kekerasan satwa sangat rendah akibat kurangnya edukasi dari orang tua. Sehingga masa depan bangsa dapat dikatakan memiliki kemungkinan menjadi warga yang kurang baik.

Kami sangat menyayangkan banyaknya kasus yang terjadi dan tidak ingin kasus ini bertambah setiap tahun. Karena angka kasus kekerasan pada hewan naik setiap tahunnya. Terlebih lagi pelaku dari kekerasan pada hewan yang diunggah ke media sosial kebanyakan adalah anak – anak remaja, Mereka dikatakan memiliki sindrom “look at me generation” yaitu ingin mendapatkan atensi dari pengguna media sosial yang lain namun dengan cara yang salah.

Tidak heran kalau kasus kekerasan semakin meningkat setiap tahun jika mereka

berbalapan untuk mendapatkan perhatian tanpa diberikan edukasi tentang menyayangi dan menjaga hewan yang ada di lingkungan mereka. Kasus ini juga tidak memandang umur karena orang dewasa pun banyak yang melakukan tindakan keji tersebut. Perlu adanya edukasi dan penegakkan hukum yang serius untuk masalah ini.

Oleh karena itu kami melakukan kampanye ini untuk membantu pemerintah dan organisasi hewan dalam memberikan edukasi dan informasi untuk hewan terlantar yang ada di lingkungan sekitar khususnya di wilayah Jakarta.



Gambar 2

Logo Jakarta Animal Aid Network & Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan.

Dari Jakarta Animal Aid Network & Direktorat Jenderal Peternakan, n.d.

Kampanye ini bekerja sama dengan Jakarta Animal Aid Network dan Direktorat Kesehatan Hewan. Jakarta Animal Aid Network merupakan organisasi non profit yang berfokus untuk memberantas kasus penganiayaan hewan atau mencari informasi tentang kesejahteraan hewan di Indonesia.



Gambar 3 Jakarta Animal Aid Network

Dari Jakarta Animal Aid Network, n.d.

Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang peningkatan penyehatan hewan secara individu dan populasi yang dimana perlindungan hewan juga termasuk kedalam kebijakannya. Sehingga diharapkan kampanye kami dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan kami dalam memberantas kekerasan pada hewan terlantar di Jakarta bersama Jakarta Animal Aid Network dan Direktorat Kesehatan Hewan.

METODE PENELITIAN

Perencanaan kampanye komunikasi memiliki tahapan yang dilakukan untuk menyusunnya dengan baik, peneliti menggunakan 12 Step of Planning & Managing Public Relations Campaign. Peneliti memilih metode 12 Step of Planning & Managing Public Relations Campaign dikarenakan metode ini mencakup banyak langkah sehingga lengkap untuk diterapkan pada karya yang akan dibuat (Gregory, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa

1. Analisa Situasi

Berdasarkan data yang diambil dari Asia For Animal Coalition, Indonesia menjadi negara dengan urutan pertama di dunia yang paling banyak membuat konten penyiksaan terhadap hewan di media sosial. Riset itu menyebutkan dari 5.480 konten yang dikumpulkan, sebanyak 1.626 konten penyiksaan berasal dari Indonesia. Data yang dikumpulkan itu berasal dari Youtube, Facebook, dan TikTok sejak Juli 2020 – Agustus 2021.

Jakarta Animal Aid Network (JAAN) menilai perlu adanya edukasi terkait masalah tersebut. Edukasi sejak dini, terutama pada pelajar, diharapkan dapat mencegah terjadinya kasus-kasus kekerasan terhadap hewan. Masih terdapat ribuan konten yang lokasinya tidak diketahui sehingga konten kekerasan pada hewan ini menjadi masalah global yang harus ditangani serius. Angka ribuan kasus itu hanyalah kasus yang terlihat karena berasal dari media sosial, namun masih banyak kasus – kasus yang tidak tersorot sehingga akan menimbulkan angka kekerasan yang jauh lebih banyak lagi. Ribuan hewan di Indonesia khususnya hewan terlantar di Jakarta menjalani kehidupan yang menyedihkan. Mereka diabaikan, disiksa dan ditinggalkan.

2. Analisa Organisasi

Jakarta Animal Aid Network (JAAN) adalah organisasi non profit yang didirikan pada bulan Januari 2008 untuk melindungi satwa liar di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan di Jakarta. JAAN bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan isu kesejahteraan hewan dengan menjadi pusat informasi dan tempat bertemu para relawan yang tertarik pada isu kesejahteraan hewan.

JAAN percaya bahwa satwa liar tidak seharusnya hidup dalam kurungan dan bekerja untuk menghentikan perdagangan hewan ilegal di Indonesia. JAAN juga berkomitmen untuk memperbaiki kehidupan hewan domestik di Jakarta melalui kampanye-kampanye perlindungan hewan dan akan terus memberikan dukungan keterlibatan komunitas secara aktif dalam memperbaiki kesejahteraan hewan di Indonesia.

Organisasi non-profit ini percaya bahwa tidak ada hewan yang pantas mendapatkan kekejaman dan tidak ada hewan liar yang harus menghabiskan hidupnya di penangkaran. JAAN menjalankan banyak program dan juga bekerja untuk membantu menghentikan perdagangan ilegal satwa liar. Kami berfokus untuk meningkatkan kesadaran tentang penderitaan hewan dan mempromosikan perawatan penuh kasih untuk semua hewan cantik di Indonesia. JAAN memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hewan di Indonesia.

3. STEPLE

a. Social factor (faktor sosial)

Faktor penyebab kekerasan pada hewan dapat disebabkan oleh beberapa hal diantara lain dikarenakan kesengajaan atau pun tidak, hanya karena mereka merasa terganggu dengan adanya hewan tersebut. Masyarakat seharusnya menyadari bahwa mereka hidup berdampingan dengan makhluk lain terutama dalam hal ini hewan yang memiliki otak seperti manusia (meskipun tidak memiliki akal). Mereka pun memiliki hak hidup yang sama. Kewajiban kita sebagai makhluk hidup yang lebih berakal untuk mengerti mereka. Sangat disayangkan, masih banyak orang yang tidak peduli dengan hewan. Terutama hewan yang terlantar di jalanan seperti kucing atau pun anjing. Hal ini karena kurangnya edukasi tentang kesejahteraan hewan dan tingkat kepedulian yang rendah dari individu. Masih banyak kasus yang bisa kita temui bertebaran di media sosial tentang oknum-oknum atau orang yang tidak bertanggungjawab dan melakukan kekerasan pada makhluk tak bersalah. Kepedulian pada hewan bukan hanya bagi mereka yang memiliki peliharaan, tapi bagi seluruh umat manusia. Menolong hewan bagaimanapun keadaannya dan bagaimanapun bentuk pertolongannya.

b. Technological factor (faktor teknologi)

Majunya perkembangan teknologi tidak hanya menimbulkan dampak yang positif namun juga terdapat dampak negatif yang timbul. Seperti pada kasus banyaknya konten kekerasan terhadap hewan yang dibuat oleh masyarakat Indonesia menjadikan negara ini sebagai peringkat pertama negara penghasil dan pengunggah konten kekerasan pada hewan. Walaupun Indonesia menjadi peringkat satu sebagai negara penghasil konten kekerasan pada hewan tertinggi di dunia, banyak juga konten positif untuk hewan yang ada di media sosial. Oleh karena itu kami ingin meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat untuk terus membuat konten konten yang positif.

c. Economic factor (faktor ekonomi)

Penjualan daging anjing dan kucing masih menjadi permasalahan yang ada di Indonesia. Tidak hanya miris bagaimana satwa tersebut diperlakukan, namun juga bahaya kesehatan yang ditimbulkan terkait perdagangan ini adalah nyata. Kasus ini menjadi permasalahan yang serius bagi pemerintah serta organisasi pecinta hewan sehingga Indonesia sudah mengilegalkan penjualan daging anjing serta kucing melalui UU yang telah dibuat.

Faktor lainnya adalah menyiksa hewan demi keuntungan pribadi atau ekonomi. Contoh di lingkungan kita yaitu atraksi dari topeng monyet yang biasanya lewat di perkampungan atau perumahan. Atraksi ini tentu mengundang anak-anak kecil bahkan orang tua untuk melihat aksi lucu yang dilakukan oleh monyet, dari sinilah dapat menghasilkan uang untuk kebutuhan pribadi dan tanpa kita sadari yang dirasakan monyet tersebut adalah pemaksaan dan penyiksaan.

Kekerasan hewan saat ini banyak terjadi dimana saja, dan terjadi pada berbagai jenis hewan. Hewan-hewan yang berada di sirkus juga merupakan korban kekerasan yang dilakukan demi keuntungan manusia. Mereka diambil dari habitatnya, bahkan ada juga yang disuntik supaya menjadi jinak. Seharusnya kita sebagai manusia menyadari bahwa hewan juga makhluk hidup ciptaan Tuhan. Mereka butuh tempat tinggal, makan, dan seharusnya manusia pun juga tahu bahwa hewan juga memiliki perasaan.

d. Politic factor (faktor politik)

Wakil Ketua DPR RI Gus Muhaimin meminta tidak ada lagi kasus kekerasan atau penyiksaan terhadap hewan. "Kasus kekejaman pada hewan di tanah air masih kerap terjadi, dalam kerangka itu kita minta kepada pemerintah supaya segera mengambil langkah represif terhadap pelaku kekerasan dan penyiksaan hewan -hewan yang membahayakan" ungkap Gus Muhaimin usai menerima koalisi perlindungan hewan, Animal Lovers Bersatu di Gedung Nusantara III. Lebih lanjut Gus Muhaimin menuturkan menjamurnya kasus kekejaman pada hewan di Indonesia belakangan ini butuh perhatian khusus. Bahkan, beberapa penelitian menunjukkan penyiksaan hewan sangat erat berhubungan dengan kriminalitas. Politisi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) itu juga mendorong pemerintah agar serius memperhatikan aspek-aspek perlindungan kepada hewan liar maupun hewan peliharaan. Mengingat, kesejahteraan hewan merupakan tanggung jawab bersama pemerintah pusat, pemerintah daerah dan masyarakat. "Yang kedua kita harus mendorong anggaran kepada pemerintah, supaya pemerintah membantu agar tidak terjadi kekerasan dan penyiksaan kepada hewan. Misalnya, anggaran untuk sterilisasi kucing liar". Regulasi perlindungan terhadap hewan ini bisa disempurnakan baik dalam peraturan pemerintah maupun peraturan daerah.

e. Legal factor (faktor hukum)

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014 sebagaimana perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan, menyebutkan bahwa:

"Hewan adalah binatang atau satwa yang seluruh atau sebagian dari siklus

hidupnya berada di darat, air, dan/atau udara, baik yang dipelihara maupun yang di habitatnya". Sedangkan pada Pasal 1 angka 4 UU a quo disebutkan; "Hewan Peliharaan adalah Hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud tertentu".

Larangan melakukan kekerasan pada hewan juga ditegaskan dalam Pasal 302 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Ancaman pidana menghantui bagi pelaku penganiayaan terhadap hewan, jika ringan dipidana penjara paling lama tiga bulan, sedangkan jika menyebabkan hewan tersebut sakit lebih dari seminggu dipidana paling lama sembilan bulan penjara.

Pembuktian adanya unsur kehendak pelaku dalam melakukan pelanggaran sebagaimana diatur dalam Pasal 302 KUHP harus dapat membuktikan tentang:

1. Adanya kehendak pelaku untuk menimbulkan rasa sakit
2. Adanya kehendak pelaku untuk menimbulkan luka
3. Adanya kehendak pelaku untuk merugikan kesehatan hewan
4. Adanya pengetahuan pelaku bahwa perbuatannya itu telah ditujukan pada seekor binatang.

Selain Pasal 302 KUHP, dalam KUHP khususnya Pasal 540 juga terdapat klausul yang melarang perlakuan terhadap hewan. Mulai dari mempekerjakan hewan diluar batas kemampuan hewan tersebut, pekerjaan yang menyiksa atau menyakiti hewan, dapat juga dipidana. Menurut R. Soesilo dalam bukunya yang berjudul Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), memandang bahwa makna pasal 302 KUHP, menjelaskan yang dimaksud dalam ayat (1) ialah kejahatan penganiayaan ringan pada binatang. Untuk itu harus dibuktikan bahwa orang itu sengaja menyakiti, melukai, atau merusakkan kesehatan binatang dan perbuatan itu dilakukan tidak dengan maksud yang patut atau melewati batas yang diizinkan. Selain itu, terdapat kesengajaan tidak memberi makan atau minum kepada binatang; binatang itu sama sekali atau sebagian menjadi kepunyaan orang itu atau di dalam penjagaannya atau harus dipeliharanya; serta perbuatan itu dilakukan tidak dengan maksud yang patut atau melewati batas yang diizinkan.

Sedangkan mengenai makna dalam pasal 540 KUHP, R. Soesilo memberikan penjelasan bahwa menyuruh hewan (Kuda, Sapi, Kerbau, dsb.) menarik gerobak, delman atau cikar dengan beban yang beratnya melampaui batas kekuatan atau kemampuan hewan tersebut, sehingga hampir tidak mampu atau tidak susah payah melakukannya.

Selain itu memakai cambuk berduri dsb, agar kuda tersebut dapat berlalu dengan kencang sesuai yang diharapkan. Pada masyarakat Indonesia banyak terjadi pada para kusir, cikar atau gerobak yang terus mengerjakan kuda atau sapinya yang pincang, luka, lecet, berkudis, bunting, atau menyusui anaknya. Hal ini patut mendapat perhatian guna menjaga kesehatan hewan-hewan tersebut.

Kemudian, membawa ayam dengan diikat kakinya dengan erat dan digantung, membawa sapi atau kambing di truk atau kereta api dengan diikat kakinya. Lalu, membawa ayam, itik, kuda, sapi, dsb, tidak dengan diberi makanan atau minuman yang diperlukan untuk kehidupan hewan tersebut. Selain KUHP, perlindungan atas tindak kekerasan yang dilakukan terhadap hewan juga terdapat di dalam Pasal 66A UU Peternakan dan Kesehatan Hewan, yang intinya, setiap orang dilarang menganiaya dan/atau menyalahgunakan hewan yang mengakibatkan cacat dan/atau tidak produktif. Jika ada yang mengetahui adanya perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib melaporkan kepada pihak yang berwenang.

Pasal 68 UU Peternakan dan Kesehatan Hewan juga memberikan himbauan kepada pemerintah agar menyelenggarakan kegiatan yang menyeluruh demi menjamin kesejahteraan dan kesehatan hewan. Upaya menyelenggarakan kesehatan hewan sebagaimana yang dimaksud dalam UU tersebut juga tidak terlepas pada kesejahteraan hewan. Kesejahteraan yang dimaksud adalah segala urusan yang berhubungan dengan keadaan fisik dan mental hewan menurut ukuran perilaku alami hewan yang perlu

diterapkan dan ditegakkan untuk melindungi hewan.

Terdapat lima asas kesejahteraan hewan yang perlu diperhatikan:

1. Bebas dari rasa lapar dan kekurangan gizi;
2. Bebas dari ketidaknyamanan;
3. Bebas dari rasa luka dan penyakit;
4. Bebas dari rasa taju dan tertekan;
5. Bebas untuk mengekspresikan pola perilaku normal.

Pada Pasal 91B UU Peternakan dan Kesehatan Hewan juga menyebutkan pemberian sanksi bagi pelaku yang terbukti menganiaya hewan sehingga mengakibatkan cacat/tidak produktif. Meskipun begitu, Pasal 91B UU Peternakan dan Kesehatan Hewan tidak menjelaskan secara spesifik mengenai hewan apa yang dilindungi.

Namun jika merujuk pada Pasal 1 angka 3 UU a quo, bahwa hewan merupakan binatang atau satwa yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada di darat, air dan/atau udara, baik yang dipelihara atau yang berada di habitatnya.

Adapun lahirnya Undang-Undang ini merupakan instrumen yang dapat dijadikan sebagai aturan yang sifatnya melindungi hewan dan kesehatan hewan, sedangkan ratio legis dalam merealisasikan peraturan hukum ini adalah untuk meminimalisir kejahatan yang terjadi, meskipun dalam hal ini kejahatan terhadap hewan yang merupakan objek hukum dan bukan subjek hukum.

Perlindungan terhadap hewan membuktikan bahwa hewan juga memiliki hak untuk mendapatkan perlakuan yang baik. Meskipun hak yang dimiliki lebih terbatas, namun Undang-Undang menjamin agar hewan dijauhkan dari segala jenis kekerasan maupun penganiayaan.

Hal tersebut sesuai berdasarkan Putusan Majelis Hakim nomor: 233/Pid.B/2019/PN.Gin, sebagaimana gambar putusan yang menetapkan bahwa Terdakwa dinyatakan bersalah karena melakukan penganiayaan terhadap hewan hingga mati dan dijatuhi pidana penjara selama 4 (empat) bulan, karena telah memenuhi unsur dakwaan pada Pasal 302 KUHP. Penegakan hukum pidana adalah upaya untuk menerjemahkan dan mewujudkan keinginan-keinginan hukum pidana menjadi kenyataan. Sebagaimana hukum pidana menurut Van Hammel adalah keseluruhan dasar dan aturan yang dianut oleh negara dalam kewajibannya untuk menegakkan hukum, yakni dengan melarang apa yang bertentangan dengan hukum (*on recht*) dan mengenakan nestapa (penderitaan) kepada yang melanggar larangan tersebut.

f. Environmental factor (faktor lingkungan)

Tindakan kekerasan pada hewan atau yang biasa disebut animal abuse adalah sebuah tindakan di mana manusia menyiksa hewan untuk tujuan selain perlindungan diri atau demi keuntungan pribadi. Tindakan kekerasan pada hewan antara lain: tindakan yang sengaja menyakiti, melukai, atau merusak kesehatan hewan; tidak memberikan makanan atau minuman; dan tindakan yang juga keluar batas kelaziman. Adapun tindakan kekerasan yang masih seringkali diabaikan, misalnya:

- 1) memotong ekor dan kuping anjing untuk keindahan,
- 2) mengebiri,
- 3) mengeksploitasi hewan untuk sirkus, serta
- 4) menggunakan hewan sebagai uji coba kedokteran (*vivisectie*) di luar batas kelaziman.

Contoh kecil dari tindakan kekerasan manusia yang dilakukan pada hewan yaitu seperti melempar sepatu atau sandal ke anjing dan kucing, menyiram kucing dengan air bahkan ada yang menyiram dengan menggunakan air panas, tidak memelihara hewan yang dipelihara dengan baik pun juga termasuk salah satu dari tindakan kekerasan pada hewan.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tindakan ini terjadi, salah satunya adalah rasa bosan terhadap hewan peliharaan karena sudah tua ataupun

karena sakit yang bisa saja membuat pemilik tidak segan-segan untuk membuang peliharaannya. Dapat diketahui dari contoh tersebut bahwa hewan yang paling sering disiksa oleh manusia di lingkungan sekitar kita adalah anjing dan kucing. Banyak kucing liar dan anjing liar diluar sana yang membutuhkan asupan makanan. Tetapi manusia masih belum tergerak untuk memberikan sedikit berbagi makanan kita untuk hewan-hewan yang kelaparan itu.

4. SWOT

Tabel 1 SWOT

Strengths	Weaknesses
<p>a) Jakarta Animal Aid Network memiliki audiens yang sangat selaras</p> <p>a) JAAN memiliki reputasi yang baik dan aktif menyuarakan pendapat di media.</p> <p>b) Campaign dilakukan sebagian besar di social media.</p> <p>c) Campaign menggunakan video yang menarik dan sifatnya menyentuh hati masyarakat.</p> <p>d) Sudah banyak campaign yang dilaksanakan JAAN</p>	<p>a) Skala perhitungan kesuksesan campaign sebagian menggunakan barcode, sedangkan masih belum banyak orang yang terbiasa menggunakan barcode.</p> <p>b) Main event campaign ini hanya di lakukan di Jakarta</p>
Opportunities	Threats
<p>a) Sebagian besar masyarakat di Jakarta sudah aktif menggunakan social media</p> <p>b) Campaign anti kekerasan pada hewan terlantar masih jarang ditemukan.</p>	<p>a) Tingginya angka kasus kekerasan pada hewan terlantar di Indonesia</p> <p>b) Tidak semua masyarakat menyukai hewan</p> <p>c) Masih banyak masyarakat yang membedakan bedakan hewan ras dengan domestik</p>

5. Problem Statement (Rumusan Masalah)

Bagaimana cara meningkatkan kesadaran masyarakat agar tidak melakukan tindak kekerasan terhadap hewan terlantar sejak dini?

Sebagai organisasi non-profit, Jakarta Animal Aid Network bersama dengan Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan diharapkan untuk bisa meningkatkan kesadaran masyarakat untuk peduli akan kehidupan hewan-hewan terlantar, khususnya di Jakarta. Melalui campaign ini Jakarta Animal Aid Network ingin mengedukasi masyarakat untuk bisa hidup damai bersama dengan makhluk hidup lainnya.

B. Aim

Tujuan dari dilaksanakannya campaign ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk tidak melakukan atau tidak memiliki niatan untuk melakukan tindak kekerasan terhadap hewan terlantar.

C. Objective

Untuk menurunkan angka penganiayaan atau tindak kekerasan terhadap hewan terlantar di Jakarta, serta meningkatkan kesadaran dari 50% dari 45% masyarakat usia produktif dengan kisaran usia 22-50 tahun, agar tidak melakukan kekerasan terhadap hewan mulai 8 Agustus 2023.

D. Publics and Stakeholders (Publik dan Pemangku Kepentingan)

1. Target Publics

1. Segmentation

a) Demographic

- 1) Age : 22-50 tahun
- 2) Gender : Pria dan Wanita
- 3) Social class : Menengah
- 4) Occupation : mahasiswa, ibu/bapak rumah tangga, pedagang, ojek, supir, pekerja kantor.
- 5) Education Level : SD - S1
- 6) Income : 1 juta - 10 juta

b) Geography

- 1) Tinggal di Jakarta

c) Psychography

- 1) Lifestyle : Kalangan menengah, Memperhatikan perekonomian.
- 2) Attitudes : Rasional, Tidak suka hewan, Apatis, Kasar, Jahil, Spontan.
- 3) Behavior : Sensitif akan hal-hal sekitar, Spontan dalam bertindak, Tidak suka berfikir panjang.

2. Targeting

Masyarakat yang tinggal atau menetap di Jakarta dengan kalangan menengah yaitu usia produktif kisaran 22-50 tahun dengan kelas sosial menengah yang kurang peduli dan peka akan kesejahteraan hidup hewan terlantar di Jakarta.

3. Positioning

Menjadi salah satu campaign yang dilaksanakan oleh Jakarta Animal Aid Network yang mengangkat topik Anti Kekerasan Pada Hewan Terlantar di Jakarta untuk mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk berhenti menyakiti hewan terlantar yang ada di sekitarnya, didukung oleh Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan.

2. Key Publics (Pemangku Kepentingan)

1. Masyarakat

Masyarakat ialah sekumpulan orang yang tinggal bersama di suatu wilayah dan membentuk sistem. Dimana didalamnya terjadi sebuah komunikasi antar individu yang ada dalam kelompok tersebut. Maka dari itu, berawal dari masyarakat inilah campaign kami ditujukan dan akan dimulai, yang dimana campaign ini bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap hewan peliharaan liar.

2. Lembaga Pemerintah (Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan hewan) perannya mendukung

Lembaga Pemerintah adalah sekelompok orang atau organisasi yang mempunyai atau diberikan kekuasaan untuk memerintah serta memiliki kewenangan dalam membuat dan menerapkan hukum. Dimana dengan posisi pemerintah yang seperti itu dapat membuat serta menerapkan pasal atau hukum baru untuk masyarakat sehingga lebih peduli terhadap hewan peliharaan liar yang ada di jalan paham betul tentang dunia pers melalui acara seminar dan "Coaching Clinic".

E. Content

1. Key Message

Stop Kekerasan Pada Hewan Terlantar. Rasionalisasi : Karena ingin meningkatkan kesadaran masyarakat, dengan mengajak masyarakat untuk berhenti melakukan kekerasan kepada hewan terlantar disekitarnya.

2. Tagline

#HiduplahBersamaMereka #BiarkanMerekaHidup

Rasionalisasi : "Hiduplah bersama mereka, Biarkan mereka hidup" dimana sebagai makhluk hidup, manusia dan hewan sama-sama diciptakan memiliki hati. Sehingga tagline ini memiliki makna bahwa sebagai manusia kita juga perlu memanusiakan perilaku kita terhadap hewan, tanpa menyakiti mereka dan membiarkan mereka hidup damai disekeliling kita.

F. Strategy

Social Media Campaign akan dilakukan untuk membangun awareness terhadap kampanye Stop Kekerasan pada Hewan Terlantar dari pre event hingga post event, yang tentunya melalui Social Media akan menjangkau khalayak yang lebih luas. JAAN akan memposting setiap konten media sosial yang dapat mendukung dan mempromosikan kampanye pada pre-event, main event dan post event yang sedang berjalan.

Metode media baru tampaknya memungkinkan jenis keterlibatan media baru di mana media sosial memungkinkan organisasi untuk berinteraksi langsung dengan pemangku kepentingan, melibatkan warga dan jurnalis dalam komunikasi dialogis, daripada mengandalkan teknik hubungan media tradisional (Yang dan Kent 2014). Untuk organisasi nirlaba, telah ditemukan korelasi antara jumlah total platform digital yang disediakan oleh organisasi dan jumlah keterlibatan individu, yang menunjukkan bahwa penting untuk mengadopsi pendekatan multi-platform di mana konten dibagikan melalui berbagai jenis saluran digital dan media sosial, yang ditautkan dengan jelas dari sebuah situs web pusat (Sembor dan Mohammed-Baksh 2017).

G. Tactical

1. Pree Event

a) Social Media Post



Gambar 1

Desain Pet Adoption Day

Dari Peneliti 2023.

Mekanisme : Pada unggahan pertama, pengumuman terkait informasi Acara " PAWS Play date" dan konten didalamnya berisi informasi waktu & tempat pelaksanaan , Inti acara, dan pihak-pihak yang terkait dalam mendukung acara tersebut.

Caption : Yuk, jangan lewatkan "PAWS Play Date"! Tempat bermain yang menyenangkan bagi anabul Anda telah hadir. Nikmati fasilitas lengkap yang mendukung kebutuhan anabul Anda, seperti Dog clinic dan Animal Communicator. Selain itu, ada juga acara menarik seperti talk show dan pop-up market. Tandai tanggal 26-27 Agustus 2023 di kalender Anda dan saksikan acara seru ini! #PAWSPlayDate



Gambar 2

*Desain Postingan Acara Hari Pertama
Dari Peneliti 2023*

Mekanisme : Content ini berisikan informasi mengenai narasumber yang akan memberikan talkshow pada hari pertama. Flyer ini memberikan informasi bahwa narasumber yang menjadi pembicara yakni seorang Public figure, yakni Davina Veronica & Ryan Delon

Caption : Jangan lewatkan talkshow menarik di hari pertama! Kami dengan bangga menghadirkan Davina Veronica & Ryan Delon, dua sosok Public Figure yang akan berbagi wawasan menarik dalam acara kami. Tandai tanggalnya dan bersiaplah untuk mendapatkan inspirasi dari dua narasumber yang luar biasa ini. Jangan lewatkan kesempatan emas ini! 🐾 #TalkshowMenarik #DavinaVeronica #RyanDelon #Inspirasi"

2. Kerjasama Dengan Public Figure

Kerjasama dalam membangun kempaye ini dibutuhkan gerakan dari bebeapa public figure yang dapat menarik perhatian Masyarakat secara luas. tim kampanye berkolaborasi dengan beberapa public figure ternama dari berbagai bidang, seperti artis, atlet, influencer media sosial, dan tokoh masyarakat.

Kerjasama dengan public figure diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pesan kampanye, serta mempengaruhi lebih banyak orang untuk peduli dan turut berpartisipasi dalam upaya perlindungan hewan.

Melalui kampanye media sosial yang kreatif dan inspiratif, public figure akan membagikan cerita, fakta, dan informasi mengenai isu kekerasan hewan, menggugah empati, dan mengajak para pengikut mereka untuk bertindak. Mereka juga akan menjadi juru bicara yang berpengaruh dalam konferensi pers, seminar, dan acara kampanye lainnya, membantu meningkatkan perhatian media dan masyarakat secara luas. Berikut merupakan public figure yang akan diajak bekerjasama dalam campaign ini salah satunya :

- a) Jovi Adhiguna



Gambar 3 Jovi Adighuna
Dari Jovi Adighuna, 2020.

Jovi Adighuna merupakan content creator fashion yang memiliki 854.000 followers. Jovi Adighuna sering kali mendokumentasikan kehidupannya bersama anjing-anjing peliharaannya yang sebagian besar merupakan anjing kampung yang diadopsinya. Beberapa kali Jovi Adighuna juga ikut menanggapi berita-berita kekerasan terhadap hewan terlantar di akun instagram miliknya @joviadighuna.

b) Ariel Tatum



Gambar 4 Ariel Tatum
Dari Radar Surabaya, 2021.

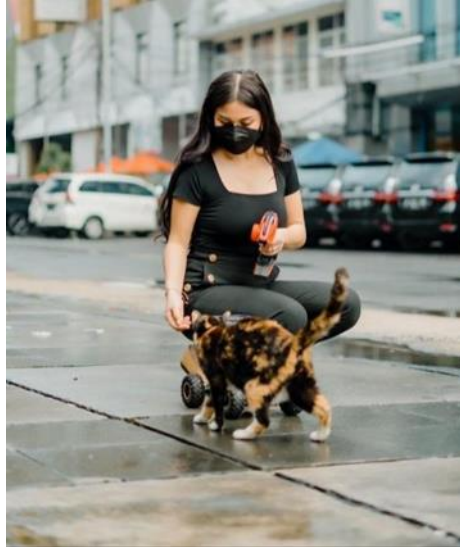
Ariel Tatum merupakan aktris yang memiliki 9,5 juta followers di instagramnya @arieltatum. Sebagai pecinta hewan, Ariel Tatum kerap kali menceritakan cerita menarik ke media tentang mengapa dirinya bisa menyukai kucing, dimana sebelumnya Ariel merupakan pembenci kucing.



Gambar 5 Postingan Instagram Ariel Tatum

Dari Grid.id, 2022.

Ariel juga suka mengabadikan momen saat memberi makan hewan-hewan terlantar di jalanan.



Gambar 6 Postingan Instagram Ariel Tatum
Dari Merdeka.com, 2022.

Selain itu Ariel juga menjadi salah satu aktivis yang mendukung sterilisasi gratis bagi kucing-kucing terlantar di Jakarta.



Gambar 7 Postingan Instagram Ariel Tatum
Dari KapanLagi.com, 2022.

c) Danilla Riyadi Gambar 39



Gambar 8 Danilla Riyadi
Dari Detik.com, 2022.

Danilla Riyadi merupakan musisi independent Indonesia yang memiliki 1,8 juta followers di instagramnya @danillariyadi. Sering menunjukkan kehidupannya bersama kucing-kucing peliharaanya, beberapa kali Danilla juga ikut menanggapi berita-berita kekerasan terhadap hewan terlantar di akun instagram miliknya. Sebagai pecinta hewan, Danilla Riyadi juga membuat cover album dan merchandise yang bergambarkan kucingnya.



Gambar 9 Postingan Instagram Danilla Riyadi
Dari Danilla Riyadi, 2019.

H. Post Event

1. Video Recap

Pembuatan video recap yang bertujuan mendokumentasikan seluruh kegiatan campaign dari pre hingga post. Video recap berisi perjalanan kegiatan kampanye dari pre-event hingga main event untuk mempertebal awareness masyarakat akan campaign ini. Video recap ini akan diunggah di website dan akun Instagram Jakarta Animal Aid Network (@jakartaanimalaidnetwork).

2. Anggaran

1. Anggaran Paw Play Date

Tabel 2 Rincian Anggaran Paw Play Date

Keterangan	Harga	Jumlah	Total
Kerja sama Influencer (Twibbon Story & Feeds)			
- Ryan Delon	Rp.10.000.000,-	1	Rp.10.000.000,-
- Cinderella	Rp.10.000.000,-	1	Rp.10.000.000,-
Entertainment			
- Dua Empat	Rp. 10.000.000,-	1	Rp. 20.000.000,-
Speakers			
- Davina Veronica	Rp. 10.000.000,-	1	Rp. 10.000.000,-
Teknis			
Como Park	Rp.25.000.000,-	2	Rp.50.000.000,-
Cooling Air	Rp.150.000,-	3	Rp.450.000,-
TV + Bracket	Rp.2.500.000,-	1	Rp.2.500.000,-
Booth	Rp. 1.000.000,-	10	Rp.10.000.000,-
Sound system	Rp.5.000.000,-	1	Rp.15.000.000,-
Video Campaign Production	Rp.10.000.000,-	1	Rp.10.000.000,-
TOTAL			Rp.137.950.000,-

Dari Peneliti, 2023.

2. Anggaran Kampanye Anti Kekerasan Hewan di Senayan Park

Tabel 3 Rincian Anggaran Kampanye Anti Kekerasan Hewan

Main Event				
Nama Barang	Keterangan	Harga	Jumlah	Total
Perlengkapan				
Sound System	Multimedia	15,000,000	1	15,000,000
Banner	Perlengkapan	200,000	2	400,000
Sewa Kursi	Perlengkapan 1 set : 10 PCS	50,000 (10 pcs)	85	850,000
Sewa Meja	Perlengkapan	150.000	10	1,500,000
Main Venue	ringing 6 /8 cm	5,500,000	1	5,500,000
Backdrop	7,2m x 3m x 200.000/m2	4.320.000 ,-	1	4,320,000
Biaya Lokasi dan Izin:				
Sewa area Senayan Park	Sewa Venue	33,000,000	1	33,000,000
Biaya Perizinan	Biaya adminstrasi tempat	5,000,000	1	5,000,000
Peralatan & Dekorasi				
Dekorasi Panggung	Stage Venue	7,000,000	1	7,000,000
Lampu LED	Venue	450,000	3	1,350,0000
Backdrop Sponsorship	Venue	810,000	7	5,670,000
Honor Pembicara Aktivistis				
Danilla Riyadi	Konsumsi & Riders	30,000,000	1	30,000,000
Ariel Tatum	Konsumsi & Riders	45,000,000	1	45,000,000
Eva Celia	Konsumsi & Riders	10,000,000	1	10,000,000
Sophia Latjuba	Konsumsi & Riders	33,000,000	1	33,000,000
Ryan delon	Konsumsi, Riders	10,000,000	1	10,000,000
Pororo Tiktok	Include	5,000,000	1	5,000,000

Sarah Ayu	(Konsumsi, Riders, dll)	10,000,000	1	10,000,000
Marlo Ernesto	Include	6,500,000	1	6,500,000
Marco Rama	(Konsumsi, Riders, dll)	4,000,000	1	4,000,000
Perlengkapan Teknis				
VAT 11%	3 hari	5,000,000	3	15,000,000
Listrik	3 hari	3,500,000	3	10,500,000
Listrik VAT 11%	3 Hari	650,000	3	1,950,000
Lighting	Include Panggung	5,000,000	1	5,000,000
Soundsystem 1 set	Venue	2,000,000	1	2,000,000
Stage Talkshow	Venue 2x3	2,500,000	1	2,500,000
Printing & Decoration				
Banner	2 pcs	300,000	2	600,000
Que Card Moderator	2 pcs	10,000	2	20,000
T-Shirt Panitia	35 Pcs	40,000	35	1,400,000
Donation & Booth				
T-Shirt donasi	50 pcs	35,000	50	1,750,000
Gantungan kunci	50 pcs	10,000	50	500.000
Pin	50 pcs	10,000	50	500.000
Tote Bag	50 pcs	20,000	50	1,000,000
Konsu msi				
Konsumsi Panitia	Makan siang nasi box RM.Sederhana inc Air Mineral 600ml	35,000	35	1,225,000
Konsumsi MC	Makan siang Nasi box Padang Payakumbuh	55,000	2	110,000

Dokumentasi				
Photographer & Videographer	3 hari	3,000,000	3	9,000,000
Biaya administrasi & Kontingensi				
Biaya Admistasi	SpendingBiaya tak terduga	40,000,000	1	40,000,000
Biaya Keamanan	Security Guard (vendor)	2,500,000	3	7,500,000
Grand Total 47,500,000			Rp 332,162,000	

Dari Peneliti, 2023.

3. Timescales

Dalam timescales akan diberikan gambaran proses pembuatan acara, penjadwalan konten hingga rangkaian acara dari Kampanye Anti Kekerasan pada Hewan Peliharaan Liar dari awal proses keberlangsungan kampanye sampai kampanye selesai selama 3 bulan.

I. Monitoring

Monitoring penting dilakukan untuk memantau sejauh mana setiap tahapan berjalan sesuai dengan rencana, dalam monitoring juga dipersiapkan langkah antisipasi jika keadaan di lapangan tidak berjalan sesuai rencana. Perencanaan monitoring di antara lain meliputi, menjalankan rencana, menyiapkan rencana cadangan, serta mengeksekusi rencana cadangan jika diperlukan.

KESIMPULAN

Perencanaan strategi public relations “Kampanye Anti Kekerasan Terhadap Hewan Terantar Oleh Jakarta Animal Aid Network Dan Direktorat Jenderal Peternakan Dan Kesehatan Hewan” #HidupBersamaMereka #BiarkanMerekaHidup dirancang oleh perencana karya berdasarkan masalah yang ada di lingkungan sekitar. Perencanaan strategi ini menggunakan metode 12 step planning and managing public relations campaign oleh Anne Gregory.

Rangkaian strategi campaign ini terdiri dari tiga bagian, yaitu preevent, main event, dan post event. Sebagian besar campaign dilaksanakan secara digital melalui social media milik Jakarta Animal Aid Network @jakartaanimalaidnetwork yang memiliki 105.000 followers. Peran social media sangat besar dalam campaign ini. Karena pada setiap langkahnya, baik dari pre event, main event hingga post event, social media tetap memiliki peran didalamnya.

Selain social media post yang dilaksanakan, dalam langkah pre-event Campaign ini juga akan bekerjasama dengan beberapa public figure pecinta hewan, dalam bentuk dukungan promosi campaign lewat social media mereka masing-masing. Tidak hanya itu, dalam rangkaian pre-event, Jakarta Animal Aid Network juga akan memutarakan cuplikan teaser dari video 142 campaign yang nantinya akan diputarkan secara perdana dalam rangkaian acara Main Event.

Berbeda dengan pre-event yang berbasis pada social media, rangkaian acara main event dilaksanakan di luar ruangan, tepatnya di Spark atau Senayan Park Jakarta. Acara dilaksanakan semi outdoor selama 3 hari, yang juga dimeriahkan dengan booth-booth perlengkapan hewan, photo booth khusus hewan, booth klinik, booth animal communicator dan talk show yang dihadiri narasumber dan public figure yang tidak kalah menarik. Langkah terakhir dari campaign ini ditutup dengan video recap yang merangkum

kemeriahan campaign mulai dari pre-event, main event dan post event Melalui campaign Anti Kekerasan Terhadap Hewan Terlantar #HidupBersamaMereka #BiarkanMerekaHidup, perencanaan karya ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih peka akan kehidupan makhluk hidup disekitarnya dan tidak menyakiti hewan terlantar di sekitarnya.

Melalui rangkaian campaign Anti Kekerasan Terhadap Hewan Terlantar #HidupBersamaMereka #BiarkanMerekaHidup diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehidupan makhluk hidup disekitarnya, yaitu hewan-hewan terlantar yang sering kali mendapatkan kekerasan secara sengaja maupun tidak sengaja. Campaign ini juga dilakukan untuk mengurangi angka kekerasan terhadap hewan liar khususnya di Jakarta dan mengurangi jumlah populasi hewan terlantar yang ada di Jakarta, dengan melakukan open adoption dalam campaign. Selain 144 itu, tujuan utama dari campaign ini juga sebagai sarana edukasi masyarakat akan keberadaan hewan yang hidup disekitar kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiguna. J. [@joviadhiguna]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.instagram.com/p/CE87p06ALFM/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Adriana. N. (2022, Juli 12) Akui Dulu Benci dengan Hewan Kesayangan Satu Indonesia, Ariel Tatum Kini Malah Punya Banyak Kucing, sang Artis. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.grid.id/amp/043371650/akui-dulu-benci-dengan-hewankesayangan-satu-indonesia-ariel-tatum-kini-malah-punya-banyak-kucing-sang-artis-siapa-yang-kutuk-gue?page=all>
- Ahmad, R. (2020). Ketidaksadaran Kolektif Tokoh dalam Novel Anak Rantau Karya Ahmad Fuadi: Kajian Psikologi Analitis Carl Gustav Jung. *Telaga Bahasa*, 4(1), 191-130. DOI:10.36843/tb.v8i1.201
- Amore Animal Clinic [@amoreanimalclinic]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/amoreanimalclinic?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Anggraini. P. (2022, Februari 23) Danilla Jadi Diri Sendiri dan Tinggalkan Masa Lalu di Pop Seblay. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://hot.detik.com/music/d-5955098/danilla-jadi-diri-sendiri-dantinggalkan-masa-lalu-di-pop-seblay>
- Animal Defenders Indonesia [@animaldefendersindo]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/animaldefendersindo?igshid=MzRIODBiNWFIZ146A==>
- Arbi, I. A. (2021, Februari 2). Kompas. Diperoleh dari Kompas: <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/02/04/13353371/pelakupenyeret-anjing-di-tangerang-tak-berani-pulang-meski-kasus?page=all>
- Bourne. C (2022) *Public Relations and the Digital*. Palgrave:London
- Brunner. B.R (2019) *Public Relations Theory*. Jhon Wiley & Sons:USA
- Bubupawpaw [@bubupawpaw]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/bubupawpaw?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- CNN Indonesia, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://www.cnnindonesia.com>
- Cretivox [@cretivox]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://instagram.com/cretivox?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Danielle, E. M., & Yogatama, A. (2022). Efektivitas Pesan Kampanye Dog Meat Free Indonesia pada Followers Akun Instagram@ davinaveronica. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view/13169%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/13169/11430>
- Delon. R. [@lollipopups.id]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/lollipopups.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Delon. R. [@tail_wagging]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari https://instagram.com/tail_wagging?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
- Detik.com, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://www.detik.com>
- Dicky, H. (2005). Sekilas Tentang Kesadaran (Consciousness). *Buletin Psikologi*, 15(2). Diperoleh dari <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/viewFile/7478/5814>
- Farmita, A. R. (2021, Oktober 3). Kompas. Diperoleh pada 16 Oktober, 2022, dari Kompas: <https://www.kompas.com/wiken/read/2021/10/03/191500481/indonesi-a-peringkat-pertama-penyiksa-hewan-di-dunia?page=all>

- Folkative [@folkative]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://instagram.com/folkative?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Ganatra, V., Sinha, R., Pandey, R., & Kadam, P. (2021). The Body Shop - 2014 - Against Animal Testing. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 6(1), 90–100. DOI: <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i1.1082>
- Gandasari, D., Tamrin, A. F., Syafrizal, Prijanto, J. H., Bahri, S., Sugiarto, M., Yusa, I. M. M., Faried, A. I., Hidayatulloh, A. N., Anggraini, D., Sakirman. (2021). *Dasar-Dasar Ilmu Sosial*. DOI: <https://doi.org/10.30574/wjarr.2023.19.1.1304>
- Good Boey [@goodboey.photo]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/goodboey.photo?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Gregory, A. (2017). *Perencanaan Manajemen Kampanye Public Relations*. Erlangga:Jakarta.
- Hooman.id [@Hooman.id]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/hooman.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Humaniora. (2022, Agustus 22). Diperoleh pada 16 Oktober, 2022, dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-infoseputar-karya-anak-muda>
- Hurek. L. (2021, November 10) Ariel Tatum Ingin Lebih Berani Ambil Risiko. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.google.co.id/amp/s/radarsurabaya.jawapos.com/selebriiti/amp/77976368/ariel-tatum-ingin-lebih-berani-ambil-risiko>
- Ismail, F. (2012). *Teori Keperibadian Psikologi Perkembangan*. Diperoleh dari <https://ejournal.uinsuka.ac.id/ushuluddin/esensia/article/download/132-07/685>
- Iswara, A. J. (2021, September 23). Kompas. Diperoleh pada 16 Oktober, 2022, dari from Kompas: <https://www.kompas.com/global/read/2021/09/23/171231070/kontenpenyiksaan-hewan-di-indonesia-terbanyak-sedunia-bisakahkasus?page=all>
- Kalasuba, M. A. (2023, April 3) Jadwal Acara NET TV Hari Ini. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://sinarjateng.pikiranrakyat.com/hiburan/pr-1006512959/jadwal-acara-net-tv-hari-ini-senin-3-april-2023-akan-ada-tayangan-tiktok-wow-net-drakor-dan-biar-viral>
- Kapan Lagi (2022, September 8) Dulu Mengaku Benci, Ini 7 Potret Ariel Tatum Saat Memberi Makan Kucing Liar. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/dulumenyaku-benci-ini-7-potret-ariel-tatum-saat-memberi-makan-kucingliar---kecantikannya-bikin-salfok.html>
- Kompas TV, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://www.kompas.tv> Kosetto [@kosetto.id]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/kosetto.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Kumparan, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://m.kumparan.com>
- Lawlor, K. B. & Hornyak, M.J. (2012). *Smart Goals: How the Application of Smart Goals can Contribute to Achievement of Student Learning Outcomes*. DOI: 10.4236/ojbm.2023.115122
- Magarni. E. (2018, September 13) Gaya Makeup Khas Beauty Influencer Cindercella, Mata Lebih Ekspresif dengan Warna-warna Terang. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.fimela.com/beauty/read/3643441/gaya-makeup-khasbeauty-influencer-cindercella-mata-lebih-ekspresif-dengan-warnawarna-terang>
- Mamapus [@mamapus]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/mamapus?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Merdeka : Potret Ariel Tatum saat Beri Makan Kucing Jalanan, Banjir Pujian Warganet. n.d. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.merdeka.com/jatim/potret-ariel-tatum-saat-beri-makankucing-jalanan-banjir-pujian-warganet.html>
- Motion, J, Heath. R.L & Leitch. S (2016) *Social Media and Public Relations*. Routledge:New York.
- Nasrullah. (2021). *Laporan Kinerja Kementerian Pertanian*. Diperoleh dari <https://ditjennakppid.pertanian.go.id/doc/17/LAKIN/Lakin%202021.pdf>
- Noice, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://open.noice.id/catalog/f7c42e96-4ce6-4788-b81b-ffc9c43e3529>
- Nugraha, I., Purwita, D., & Putra, G. (2021). Perancangan Animasi Pendek Sebagai Saran Kampanye. *Kartala*, 2(2), 95–103. DOI: <https://doi.org/10.36080/ka.v2i1.1841>
- Nurmala, N. (2016). *Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Menjaga Kesehatan Hewan Peliharaan*. Universitas Komputer Indonesia. Diperoleh dari <https://repository.unikom.ac.id/3945/>
- Nurmansyah. G, Rodliyah. N, Hapsari. A, Soekanto, S. (2019) *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Aura:Bandar Lampung (2019) *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Aura Publisher: Bandar Lampung.

- Page. J.T & Parnel. L.J (2019) Introduction to Strategic Public Relations. SAGE:Singapore
- Oktaviani, N. (2021, November 16). TheConversation. Diperoleh pada 16 Oktober, 2022, dari from The Conversation: <https://theconversation.com/apakah-menyiksa-hewan-bisa-kenahukuman-pidana-171120>
- Paw Meals [@pawmeals]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/pawmeals?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Peduli Kucing [@pedulikucing]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/pedulikucing?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Petisserie [@petisserie.id]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/petisserie.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Prisyta. A. (2021, Maret 1) Prambors. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://www.google.co.id/amp/s/www.tribunnewswiki.com/amp/2021/03/19/prambors>
- Pujianarko. M. [@dr_anggie_]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari https://instagram.com/dr_anggie_?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
- Quesenberry, K. (2019). Second Edition Social Media Strategy. Rowman & Littlefield: United States of America.
- Rees. S. (2020) Public Relations, Branding and Authenticity: Brand Communications in the Digital Age. Routledge:New York
- Riyadi. D. [@danillariyadi]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.instagram.com/p/B3ML53nFHG/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Riyadi. D. [@buahtangandanilla]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/buahtangandanilla?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Royal Canin [@royalcaninid]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/royalcaninid?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Royal Canin, n.d. Responsible Pet Ownership' dengan Ryan Delon. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.royalcanin.com/id/webinar-ryan-delon>
- Royal Canin, n.d. Responsible Pet Ownership' dengan Ryan Delon. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://www.google.co.id/amp/s/sinarjateng.pikiranrakyat.com/hiburan/amp/pr-1006512959/jadwal-acara-net-tv-hari-inisenin-3-april-2023-akan-ada-tayangan-tiktok-wow-net-drakor-dan-biarviral>
- Rumah Singgah Clow [@rumahsinggahclow]. n.d. Posts [Instagram Profile]. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://instagram.com/rumahsinggahclow?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Santrock, J. W. (2014). Psikologi Pendidikan. Salemba Empat:Jakarta.
- Senayan Spark, n.d. Diperoleh pada 4 Juni, 2023, dari <https://senayanpark.com/en/dir/floor/lg>
- Shaquila, S. S., Machfiroh, R., & Nurusholih, S. (2021). Perancangan Kampanye Sterilisasi Kucing Bersubsidi Dalam Mengatasi Overpopulasi Kucing Di Bandung Designing a Subsidied Cat Sterilization Campaign in Overcoming. EProceedings of Art & Design, 8(3), 1083–1089. Diperoleh dari <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/171434/perancangankampanye-sterilisasi-kucing-bersubsidi-dalam-mengatasioverpopulasi-kucing-di-kota-bandung.html>
- Shillington, A. (2015) The PR Masterclass.TJ International Ltd in United Kingdom.
- Smith, R. (2021). Strategic Planning for Public Relations, Sixth Edition. New York: Routledge.
- Swann. (2014). Cases in Public Relation Management -The Rise of social media Activism. New York: Routledge.
- Video.com, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://m.vidio.com/@hardrockfm>
- Video.com, n.d. Diperoleh pada 28 Mei, 2023, dari <https://www.kompas.com>
- Yasin, Y. R. F. (2022, Oktober 22). Hukumonline. Perlindungan Hukum Kekerasan Terhadap Hewan Perspektif Hukum Pidana. Diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/perlindungan-hukumkekerasan-terhadap-hewan-perspektif-hukum-pidanalt6357e319ee03d?page=2>
- Yugiarto, J. P., Wahyudi, A. T., & Yulianto, Y. H. (2022). Perancangan Kampanye Sosial Anti Kekerasan Pada Monyet. Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra, 1(121), 1–10. Diperoleh dari <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12284>