

Strategi Kampanye Lingkungan Rimba Satwa dalam Konservasi Gajah Sumatera di Provinsi Riau

Habib Alwi Hardanu

Universitas Riau

Muhammad Firdaus

Universitas Riau

Alamat: Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru, 28293, Indonesia

Korespondensi penulis: habib.alwi1674@student.unri.ac.id

Abstract. *The Sumatran Elephant is classified as Critically Endangered and listed under Appendix 1, indicating a high risk of extinction in the near future. The major factor contributing to the decline in the Sumatran Elephant population in Riau is habitat fragmentation due to the conversion of forests into plantations, industrial areas, and settlements. This situation is further complicated by conflicts between elephants and humans along elephant migration routes. The Rimba Satwa Foundation (RSF) is an NGO dedicated to the conservation of Sumatran Elephants and the forests of Riau. Since 2016, RSF has been actively working to raise awareness and knowledge among the public about Sumatran Elephants. This study employs qualitative research methods with descriptive analysis. Informant selection utilizes purposive techniques, and data collection involves interviews, observations, and documentation. Data analysis employs descriptive analysis according to Miles and Huberman. Data validity is ensured through triangulation and prolonged engagement techniques. The study demonstrates that RSF's environmental campaign strategy begins with identifying issues, goals, and audiences. Campaign planning involves audience selection, message formulation, and media selection. Campaign implementation includes public education and habitat conservation. Evaluation is conducted incrementally, from inception to completion, through stakeholder involvement, additional data collection, and assessment of success.*

Keywords: *Environmental Campaign, Rimba Satwa Foundation, Sumatran Elephant.*

Abstrak. Gajah Sumatera merupakan satwa yang berstatus *Critically Endangered* dan *Apendix 1*, hal ini menandakan risiko tinggi kepunahan Gajah Sumatera dalam waktu dekat. Faktor besar penurunan populasi Gajah Sumatera di Riau adalah fregmentasi habitat akibat alih fungsi hutan menjadi lahan perkebunan, industri dan pemukiman. Situasi ini semakin rumit dengan adanya konflik antara gajah dan manusia di sekitar jalur pergerakan gajah. Rimba Satwa Foundation (RSF) merupakan LSM yang bergerak dalam konservasi Gajah Sumatera dan hutan Riau. Sejak tahun 2016 RSF aktif berusaha untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap Gajah Sumatera. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisa secara deskriptif. Pemilihan Informan penelitian menggunakan teknik purposive serta Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisa secara deskriptif menurut Miles dan Huberman. Untuk teknik pemeriksaan keabsahan data dengan tringulasi dan perpanjangan keikutsertaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye lingkungan RSF dimulai dengan identifikasi masalah, tujuan, dan audiens. Perencanaan kampanye melibatkan pemilihan audiens, perumusan pesan, dan pemilihan media. Pelaksanaan kampanye meliputi edukasi masyarakat dan konservasi habitat. Evaluasi dilakukan secara bertahap, dari awal hingga akhir, melalui keterlibatan pihak terkait, pengumpulan data tambahan, dan penilaian keberhasilan.

Kata kunci: Kampanye Lingkungan, Rimba Satwa Foundation, Gajah Sumatera.

LATAR BELAKANG

Gajah Sumatera mengalami krisis populasi yang diakibatkan oleh alih fungsi lahan hutan menjadi lahan industri dan pemukiman. Menurut data dari *Wildlife Fund* Indonesia (2019) menunjukkan hilangnya 70% habitat Gajah Sumatera dalam kurun waktu 25 tahun terakhir, untuk wilayah Riau sendiri populasi gajah telah menurun 84% selama seperempat abad terakhir dan lebih dari 100 Gajah telah mati sejak 2004. Kematian Gajah banyak disebabkan oleh

perburuan liar dan konflik dengan manusia. Penyempitan habitat gajah yang disebabkan oleh fregmentasi habitat menjadi kawasan pertanian, perkebunan, industri dan juga pemukiman yang menyebabkan putusnya jalur migrasi dan eksplorasi gajah sehingga kelompok gajah menjadi terkantung-kantung di beberapa daerah dan dikelilingi oleh pemukiman manusia.

Gajah dianggap sebagai “hama” oleh masyarakat yang bermukim disekitar jalur ekplorasi Gajah, dikarenakan Gajah yang masuk pemukiman dan perkebunan kerap merusak rumah dan lahan perkebunan masyarakat oleh karenanya masyarakat memasang jerat, pagar listrik dan meracun tanaman sebagai langkah pencegahan. Permasalahan lingkungan seperti konflik manusia dan satwa harus segera diatasi, demi kepentingan sosial ekonomi masyarakat dan konservasi satwa. Dalam penyelesaiannya tentu saja tidak dapat ditangguhkan kepada pemerintah dan pihak konservasi saja, namun juga membutuhkan partisipasi publik. Sadar akan hal tersebut Rimba Satwa Foundation (RSF) bergerak membantu pelaksanaan kebijakan pemerintah serta mengedukasi masyarakat mengenai konservasi dan pelestarian lingkungan.

RSF merupakan organisasi non-pemerintah (NGO) yang berpusat di Kota Duri, Kecamatan Mandau. RSF didirikan pada tahun 2016 oleh Zulhusni Syukri. RSF bergerak dalam melestraikan dan melindungi satwa dari perlakuan manusia yang menyebabkan kehidupan satwa serta mengedukasi masyarakat mengenai pelestarian alam serta konservasi satwa. Wilayah kerja RSF dalam upaya konservasi Gajah Sumatera mencakup dua kantong populasi gajah di Riau yakni kantong populasi gajah Giam Siak Kecil dan Balairaja. RSF berusaha menjadi jembatan penghubung antara pihak pemerintah dengan industri dan masyarakat melalui program-programnya. Berangkat dari latar belakang tersebut peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Strategi Kampanye Lingkungan Rimba Satwa Foundation dalam Konservasi Gajah Sumatera di Provinsi Riau”.

TINJAUAN KONSEPTUAL

1. Model Strategi Kampanye Lingkungan oleh Richard Jurin

Richard Jurin (2012) dalam bukunya *Environmental Communication* menjabarkan strategi kampanye lingkungan yang dapat dibagi menjadi 4 proses utama yakni identifikasi, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Strategi kampanye lingkungan yang digagas oleh Richard Jurin meskipun terlihat linier namun memiliki sifat iterasi, yang mana dalam implementasinya strategi kampanye lingkungan ini dapat dilakukan secara berulang dari tahap satu ke tahap lainnya. Strategi kampanye lingkungan ini juga menunjukkan pola evaluasi yang dilakukan disetiap tahapannya, pola evaluasi ini secara umum dikelompokkan menjadi 3 bentuk

evaluasi yakni *front end evaluation* (evaluasi tahap awal), *formative evaluation* (evaluasi tahap menengah) dan *summative evaluation* (evaluasi tahap akhir).

Tahap identifikasi merupakan langkah untuk mengenali isu-isu lingkungan yang relevan dan mendesak sebagai dasar perancangan kampanye yang efektif. Tahap ini mencakup pengenalan masalah, penetapan tujuan, dan analisis audiens. Tahap perencanaan kemudian fokus pada struktur pesan kampanye, audiens yang dituju, dan media yang akan digunakan. Tahap pelaksanaan melibatkan penyelenggaraan kegiatan sesuai rencana, termasuk aksi kampanye dan pemantauan. Evaluasi kampanye lingkungan terdiri dari tiga bagian, yaitu evaluasi awal, evaluasi tengah, dan evaluasi akhir, masing-masing dengan peran uniknya untuk menjamin keberhasilan dan efektivitas kampanye.

2. Komunikasi Lingkungan

Dalam bukunya *Environmental Communication and the Public Sphere*, Robert Cox menguraikan bahwa komunikasi lingkungan merupakan sebuah instrumen konstitutif dan pragmatis mengenai bagaimana kita berkomunikasi perihal lingkungan serta pengaruhnya kepada persepsi kita, diri kita sendiri serta hubungan kita dengan lingkungan (Herutomo & Istiyanto, 2021). Selanjutnya Flor menjelaskan komunikasi lingkungan melibatkan penerapan pendekatan komunikasi, prinsip, strategi, dan teknik untuk manajemen dan pelestarian lingkungan. Secara singkat, komunikasi lingkungan adalah pertukaran informasi mengenai masalah lingkungan yang berujung pada saling pengertian (*mutual understanding*) antara para pihak. (Ardian, 2018).

3. Kampanye Lingkungan

Kampanye adalah serangkaian kegiatan terencana yang dilakukan oleh individu atau kelompok secara terorganisir untuk mendapatkan dukungan dari orang banyak dalam proses pengambilan keputusan, yang berlangsung secara berkelanjutan selama periode waktu tertentu (Qonaah, 2019). Menurut Ribeiro & Lopes (2018) kampanye lingkungan adalah rangkaian upaya terstruktur yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai isu-isu lingkungan serta mendorong partisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan. Wolter juga menggambarkan kampanye lingkungan sebagai serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan baik untuk menyebarkan pesan-pesan lingkungan secara efektif guna mengubah perilaku masyarakat demi mendukung pelestarian lingkungan. (Wolters & Van, 2018).

Kampanye lingkungan dalam ilmu komunikasi melibatkan pemilihan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan kampanye yang diinginkan. Hal ini melibatkan analisis audiens, pengembangan pesan kampanye, pemilihan media komunikasi yang efektif,

dan evaluasi efektivitas kampanye. Tujuan dari kampanye lingkungan dalam ilmu komunikasi adalah untuk memotivasi masyarakat untuk mengubah perilaku mereka menjadi lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Ulfa & Fatchiya, 2017).

4. Konservasi Gajah Sumatera

Istilah konservasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *conservation* yang terdiri dari kata *con* (*together*) dan *servare* (*keep/save*) ini mengacu pada usaha untuk menjaga dan memelihara apa yang dimiliki, tetapi dengan cara yang bijaksana. (Legawa, 2017). Konservasi adalah upaya atau kegiatan yang bertujuan untuk merawat, melindungi, dan mengembangkan objek konservasi yang memiliki nilai guna agar dapat dilestarikan. Konservasi memiliki makna yang luas dan diterapkan dalam berbagai konteks. Dalam konteks ekologi, konservasi berarti alokasi yang bijaksana dari sumber daya alam untuk kepentingan saat ini dan masa depan. Berdasarkan UU No. 4 Tahun 1982 pasal 1 ayat 11, konservasi didefinisikan sebagai pengelolaan sumber daya yang memastikan pemanfaatannya secara bijak dan menjaga kelangsungan sumber daya yang dapat diperbarui serta memperhatikan dan meningkatkan kualitas maupun keragaman sumber daya tersebut. (Legawa, 2017). Didalam lingkup konservasi satwa, konservasi diartikan sebagai usaha-usaha untuk melestarikan keberadaan satwa tersebut agar keberadaannya tetap terjaga dan tidak punah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang mana metode penelitian yang lebih menitikberatkan pada pemahaman subjektif dan interpretasi makna dari data yang dikumpulkan (Moleong, 2017). Fokusnya adalah untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang dinamika strategi kampanye lingkungan RSF dalam upaya konservasi Gajah Sumatera di Provinsi Riau. Lokasi penelitian berada di Kantor RSF di Jalan Kayangan Tengah, Kelurahan Babusalam, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis. Informan dipilih dengan teknik purposive, dengan beberapa kriteria berikut:

1. Sudah menjadi bagian RSF selama minimal dua tahun
2. Memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pada kegiatan penyusunan strategi kampanye lingkungan RSF.
3. Terlibat langsung dalam kegiatan kampanye lingkungan RSF.
4. Tidak terbatas oleh tingkatan jabatan.

Dari kriteria ini peneliti mendapatkan beberapa informan yang akan diwawancarai seperti direktur dan staff RSF serta masyarakat yang bermukim di sekitar jalur perlintasan gajah. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisa secara deskriptif menurut Miles dan Huberman. Untuk teknik pemeriksaan keabsahan data dengan tringulasi dan perpanjangan keikutsertaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabaran hasil penelitian serta pembahasan berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara langsung di lapangan. Dalam prosesnya peneliti menemukan bahwa RSF banyak dalam perumusan strategi kampanye lingkungannya banyak melakukan riset dan pendataan terdahulu guna mencapai tujuan kampanye konservasi Gajah Sumatera di provinsi Riau

Identifikasi kampanye lingkungan RSF dalam Upaya Konservasi Gajah Sumatera

Tahap identifikasi merupakan proses identifikasi dari isu-isu lingkungan yang relevan dan harus segera diatasi yang kemudian menjadi dasar dari perancangan sebuah kampanye lingkungan. Menurut Richard Jurin, tahap identifikasi memiliki tiga bagian utama yaitu identifikasi masalah, perumusan tujuan dan analisis audiens.

1. Identifikasi Masalah

Tantangan utama pelaksanaan konservasi Gajah Sumatera di kawasan Riau adalah pembangian tata ruang. Hutan alam yang menjadi habitat alami Gajah Sumatera berkurang setiap tahunnya, berkurangnya hutan alam ini diakibatkan konversi lahan hutan menjadi lahan pertanian bagi perusahaan maupun masyarakat serta diubah menjadi kawasan pemukiman. Fregmentasi habitat Gajah Sumatera diperparah dengan kurangnya perhatian dan pengetahuan masyarakat umum mengenai Gajah Sumatera.

RSF sebagai pelaku konservasi yang bergerak dalam perlindungan satwa Gajah Sumatera di Riau mengetahui permasalahan ini dengan jelas, sehingga dalam kegiatan kampanye lingkungan yang dilaksanakan oleh RSF bertujuan untuk mesiasati pemasalahan tata ruang ini. Hal ini dikarenakan upaya lain seperti pemindahan habitat gajah sudah tidak dapat dilakukan lagi mengingat situasi hutan alam Riau saat ini.

2. Perumusan Tujuan

Rimba Satwa Foundation (RSF) memiliki pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan lingkungan yang timbul akibat konflik antara gajah dan manusia di Riau. Salah satu permasalahan utama dari konflik ini adalah karena terjadinya pertemuan antara habitat satwa dengan lingkungan manusia. Penyebab utamanya adalah berkurangnya habitat satwa akibat ekspansi besar-besaran dalam pembangunan kebun dan pemukiman manusia di wilayah tersebut.

Tujuan utama kampanye lingkungan Rimba Satwa Foundation (RSF) adalah menciptakan lingkungan hidup yang harmonis bagi manusia dan satwa di wilayah Riau. Tujuan ini menjadi motivasi utama RSF dalam menjalankan kampanye lingkungan mereka yang berfokus pada konservasi satwa. RSF menerjemahkan tujuan ini ke dalam berbagai kegiatan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi masyarakat di wilayah konflik gajah dan manusia terhadap pola perilaku dan kondisi kehidupan gajah di hutan Riau yang terancam.

3. Analisis Audience

Analisis *audience* merupakan proses untuk memahami karakteristik dan kebutuhan *audience* yang menjadi target kampanye lingkungan yang akan dilaksanakan. Dalam hal ini RSF menggunakan aplikasi SMART yang berperan sebagai database guna menganalisis *audience* yang akan dijadikan target utama kampanye. aplikasi SMART sebagai database dari RSF memegang perananan penting dalam perencanaan kampanye lingkungan yang akan dilakukan. Aplikasi SMART berjalan beriringan dengan tim patroli RSF yang turun kelapangan untuk mengumpulkan data – data seperti jejak Gajah Sumatera, data perkembangan program Agroforestri, topologi daerah dan masyarakat yang bertempat tinggal di jalur perlintasan gajah.

Perencanaan kampanye lingkungan RSF dalam Upaya Konservasi Gajah Sumatera

Tahap perencanaan dalam kampanye lingkungan berfokus pada proses pemilihan target *audience*, penyusunan pesan dan pemilihan media. Ketiga elemen ini harus bersinergi agar pesan kampanye dapat tersampaikan dengan baik kepada target *audience* secara efektif dan tujuan kampanye yang ditetapkan dapat tercapai.

1. Pemilihan Target Audience

Penentuan target *audience* berawal dari pemetaan desa – desa atau pemukiman yang berada disekitar area perlintasan gajah ataupun kawasan kantong populasi Gajah Sumatera. Sejauh ini terdapat 34 desa yang tersebar di sekitar ataupun berada dalam wilayah dua kantong populasi Gajah Sumatera. Dalam upaya untuk mengatasi konflik antara gajah dan manusia di kawasan tersebut, tim patroli telah melakukan survei menyeluruh ke seluruh desa tersebut. Tujuan dari survei ini adalah untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing desa serta untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik terkait pencegahan konflik tersebut. Selain itu, dalam prosesnya RSF juga melakukan evaluasi terhadap kualitas habitat Gajah Sumatera di daerah tersebut. Ini melibatkan pemantauan jalur perlintasan gajah untuk mendeteksi kemungkinan jerat atau pagar listrik yang mungkin dipasang oleh masyarakat sekitar atau pemburu liar.

2. Perumusan Pesan

Perbedaan kultur masyarakat desa yang berada di jalur perlintasan Gajah Sumatera menjadi fokus penting bagi RSF dalam perumusan pesan kampanye mereka. Selain itu ada faktor lain yang harus diperhatikan dalam perumusan pesan kampanye lingkungan di kawasan kantong populasi gajah Balairaja dan Giam Siak Kecil yaitu mayoritas masyarakat desa tersebut adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan yang rendah.

Demi mengatasi keberagaman etnis dan target *audience* yang tingkat pendidikan rendah RSF merumuskan pesan kampanye yang bersifat universal sehingga mudah dipahami oleh berbagai golongan masyarakat. Adapun unsur yang diperhatikan RSF dalam menyusun pesan kampanye yakni menggunakan bahasa yang sederhana, tidak terkesan menggurui masyarakat setempat dan pesan berisikan hal positif dan merupakan bentuk solusi.

3. Pemilihan Media

Pemilihan media memegang peranan penting dalam kesuksesan penyampaian pesan kampanye lingkungan. RSF memanfaatkan berbagai jenis media untuk menyebarkan pesan kampanye lingkungan mereka. RSF menggunakan dua bentuk media yakni media *online* dan cetak.

1. Media *Online*

Media *online* dimanfaatkan RSF sebagai alat untuk mencapai *audience* yang lebih luas secara daring. Media *online* yang sempat digunakan RSF adalah *Instagram* (@rsf_info), *YouTube* (Rimba_Satwa_Foundation), dan Website (rimbasatwa.or.id). Dari ketiga media *online* yang digunakan RSF hanya rutin mengunggah konten di *Instagram* saja, sedangkan untuk *YouTube* sering digunakan media *live streaming* acara kampanye mereka yang kemudian di *Unarchive*.

2. Media cetak

Bentuk media cetak yang digunakan RSF adalah spanduk dan banner yang berisi ajakan untuk menjaga lingkungan dan konservasi satwa liar terutama Gajah Sumatera. Selain itu RSF juga membuat bulletin yang membahas tentang satwa di hutan Riau.

Pelaksanaan kampanye lingkungan RSF dalam Upaya Konservasi Gajah Sumatera

Pada tahap ini, dua langkah utama harus dilakukan dengan cermat. Pertama, pelaksanaan kampanye melibatkan serangkaian tindakan konkret untuk menjalankan kegiatan yang telah direncanakan dengan seksama. Mulai dari pelibatan masyarakat, penyuluhan, hingga kegiatan aksi konkret, semua aspek dijalankan sesuai rencana. Selanjutnya, langkah kedua pada tahap pelaksanaan adalah monitoring. Monitoring ini mencakup kegiatan pemantauan yang dilakukan untuk mengevaluasi kemajuan dan kelancaran eksekusi rencana.

1. Pelaksanaan Kampanye Lingkungan

Bentuk kampanye lingkungan kepada masyarakat yang dilakukan oleh RSF memiliki dua bentuk yakni kegiatan yang berfokus pada peningkatan pengetahuan masyarakat dan pemeliharaan habitat Gajah Sumatera. Kegiatan RSF yang ditujukan untuk pemeliharaan habitat Gajah Sumatera adalah seperti program agroforestri yang dilakukan di kawasan rawan konflik gajah dan manusia yang mana dalam kegiatan ini RSF menggabungkan teknik agroforestri dengan konservasi, yaitu dengan menanam tanaman rendah gangguan gajah seperti jengkol, petai, alpukat, matoa, kakao, gaharu, kopi, dan durian. Kegiatan lain yaitu patroli rutin yang merangkum kegiatan penggaraman, pengkayaan habitat gajah dan RSF juga memasang GPS Collar kepada beberapa kelompok Gajah Sumatera agar dapat memonitoring pergerakan mereka.

Selain itu Kegiatan RSF yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan kesadaran Masyarakat seperti CGTS (Conservation Goes To School) yang berbentuk Roadshow ke sekolah-sekolah dasar yang berada di Kabupaten Bengkalis. Selain itu RSF juga memanfaatkan media digital seperti Instagram. RSF kerap memposting fakta menarik tentang satwa serta pentingnya menjaga keberlangsungan hidupnya.

2. Monitoring

RSF telah menyusun timeline kegiatan yang terdiri dari tiga tingkatan, yaitu timeline tahunan, bulanan, dan dadakan. Timeline tersebut mencakup jadwal, durasi pelaksanaan kegiatan, pihak-pihak yang terlibat, serta pencapaian milestone beserta tenggat waktu yang harus dipenuhi. Monitoring dilakukan dengan memantau timeline dan progres kerja yang telah dijalankan, dan tahap ini diawasi oleh Direktur RSF, Zulhusni Syukri.

Monitoring tidak hanya bersifat administratif, namun juga memerlukan pemantauan langsung di lapangan untuk memastikan bahwa semua elemen kampanye, termasuk peralatan, logistik, pihak yang terlibat, dan RSF sebagai penyelenggara, berjalan dengan baik. Oleh karena itu, RSF melaksanakan briefing dan melakukan latihan sebelum pelaksanaan kampanye lingkungan dilakukan, dengan tujuan memastikan kesiapan dan kelancaran semua aspek kegiatan.

Evaluasi kampanye lingkungan RSF dalam Upaya Konservasi Gajah Sumatera

Evaluasi adalah tahap meninjau kembali perencanaan serta pelaksanaan kampanye lingkungan yang dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kelebihan dari kampanye lingkungan yang dilaksanakan sekaligus menganalisis ketercapaian tujuan kampanye yang telah ditetapkan. Hasil dari kegiatan evaluasi digunakan sebagai bahan referensi dalam menyusun kegiatan kampanye lingkungan kedepannya.

1. Evaluasi Tahap Awal

Selaku NGO yang bergerak dalam konservasi satwa di Riau, RSF banyak melakukan kampanye lingkungan bersama mitra perusahaan dan juga pihak pemerintah. Dalam proses pelaksanaannya, program-program yang diajukan atau diusulkan kepada RSF melibatkan tahap evaluasi awal, di mana dilakukan diskusi bersama dengan pihak-pihak yang terlibat. Diskusi ini menerapkan hasil analisis kegiatan dari kedua belah pihak dan melibatkan tenaga ahli serta narasumber yang relevan sebagai sumber referensi tambahan.

2. Evaluasi Tahap Menengah

Kegiatan evaluasi tahap menengah ini dilakukan RSF dengan cara diskusi yang dapat dilakukan secara offline maupun online menggunakan layanan Zoom Meeting. Pada tahap ini, RSF tidak jarang menemukan data – data baru terkait target *audience*. Temuan ini dijadikan bahan referensi dalam perencanaan kampanye lingkungan yang akan dilakukan.

3. Evaluasi Tahap Akhir

Langkah terakhir dari tahap evaluasi adalah evaluasi tahap akhir yang mana evaluasi ini meliputi seluruh rangkaian kegiatan kampanye yang dilakukan. Evaluasi tahap akhir ini bertujuan untuk meninjau ketercapaian target kampanye lingkungan yang telah ditetapkan pada tahap identifikasi. Selain itu evaluasi tahap akhir juga meninjau kelebihan serta kekurangan dari kegiatan kampanye.

KESIMPULAN DAN SARAN

RSF mengadakan pertemuan eksternal dengan mitra dan pihak terkait untuk membahas isu lingkungan tentang konflik antara Gajah dan manusia. Tujuan utama dari kampanye lingkungan RSF adalah menciptakan lingkungan yang harmonis bagi manusia dan Gajah Sumatera. RSF menggunakan software SMART Patrol sebagai database utama untuk menganalisis audiens yang berada dalam jalur perlintasan Gajah. Pemilihan audiens didasarkan pada analisis data hasil patroli dan memilih target yang sesuai dengan tujuan kampanye. Pesan kampanye RSF bersifat persuasif dengan pendekatan emosional, dengan struktur pesan yang menyampaikan dua sisi yaitu untuk Gajah Sumatera dan manusia. RSF memprioritaskan media langsung ke masyarakat karena dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat pedesaan..

Kegiatan kampanye RSF terbagi menjadi konservasi Gajah Sumatera, pemeliharaan lingkungan dan habitat satwa, serta edukasi masyarakat. Monitoring kampanye dilakukan dengan memantau progres kerja yang telah dijadwalkan, yang dilakukan oleh Direktur RSF. Evaluasi tahap awal melibatkan diskusi dengan mitra kerja, sementara evaluasi tahap

menengah dan akhir dilakukan secara internal RSF untuk meninjau dan memperbaiki rencana kampanye serta mengukur tingkat keberhasilannya.

DAFTAR REFERENSI

- Andiani, Y. (2017). Analisis isi pesan persuasif: Studi deskriptif postingan konsumen pada akun @BYC_SHOP di Instagram periode Juni-Agustus 2016. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Ardian, H. Y. (2018). Kajian teori komunikasi lingkungan dalam penelitian pengelolaan sumber daya alam. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 2(1), 1–20. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/3894>
- Berliani, K. (2022). Upaya komprehensif dalam penanggulangan konflik manusia & gajah. *Prosiding Seminar Nasional Biotik*, 10(2), 2022. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/PBiotik/index>
- Cox, R. (2021). *Environmental communication and the public sphere* (6th ed.). SAGE Publications.
- Hill, H. (2017). A brief history of environmental successes. Massachusetts Institute of Technology. <https://news.mit.edu/2017/mit-professor-susan-solomon-examines-history-environmental-successes-1109>
- Jurin, R., Donny, R., & Danter, J. (2012). *Environmental communication* (2nd ed.). Springer.
- Kurniawan, R. (2018). Kampanye lingkungan dalam perspektif komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15.
- Legawa, R. S. (2017). Perancangan informasi konservasi macan tutul Jawa di Provinsi Jawa Barat melalui media buku ilustrasi. Universitas Komputer Indonesia.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Juliono, R. (2017). Penyu dan usaha pelestariannya. *Serambi Saintia*, 5(1), 45–54.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (21st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2017). *Kampanye komunikasi lingkungan*. Prenada Media.
- Onong Uchjana, E. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Qonaah, S. (2019). Strategy kampanye gerakan #BijakBerplastik PT Danone Aqua dalam merayakan Hari Lingkungan Hidup Sedunia 2018. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 48–55. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5182>
- Restorasi Ekosistem Riau. (2021). *Progress Report 2021*.
- Ribeiro, B. G., & Lopes, M. C. (2018). Environmental campaigns: An effective tool for environmental education and communication. *Environmental Education Research*, 7. <https://doi.org/10.1080/13504622.2017.1409272>

- Saturi Sapariah, Suryadi, Lusia, A., & Sunudyantoro. (2020). Gajah di Riau dalam rimba konsesi. <https://www.mongabay.co.id/2020/10/26/gajah-di-riau-dalam-rimba-konsesi/>
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai media kampanye lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144–157.
- Venus, A. (2018). *Manajemen kampanye: Edisi revisi*. Sembiosa Rekatama Media.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2), 130–134.
- Wolters, L. M., & Van, D. M. (2018). Campaigning for climate change: Inducing individual action through normative change. *Environment and Behavior*, 2. <https://doi.org/10.1177/0013916516658960>
- WWF. (2019). Gajah. <https://www.wwf.id/spesies/gajah>
- Yenrizal. (2017). *Lestarian bumi dengan komunikasi lingkungan* (T. Wijaya & H. Yusalia, Eds.). Deppublish.