

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, karena melalui komunikasi manusia dapat saling bertukar informasi dan dapat saling menyampaikan pesan. Melalui komunikasi manusia akan semakin mudah untuk berinteraksi satu sama lain. Manusia secara nyata akan mengkomunikasikan apa yang diinginkan dan juga berkomunikasi untuk mengetahui apa yang orang lain inginkan. Asal mula komunikasi manusia dengan tanda dan simbol, kemudian meningkat mampu menyampaikan makna dalam bentuk bahasa. Saat berkomunikasi, setiap orang mempunyai cara sendiri agar orang lain mengikuti apa yang dikomunikasikan, salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi persuasif yang bersifat mempengaruhi orang lain. Komunikasi persuasif adalah proses mempengaruhi sikap, pendapat, pikiran, dan perilaku orang lain tanpa paksaan fisik. Persuasi adalah proses komunikasi kompleks yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh (sengaja atau tidak sengaja) tanggapan tertentu dari individu atau kelompok lain secara verbal dan nonverbal dan dilakukan dengan cara yang halus dan manusiawi sehingga komunikator mau melakukan sesuatu dengan senang hati.

Perilaku manusia tidak terlepas dari beberapa faktor yang secara tidak langsung memberi pengaruh besar, berupa genetika, intelektual, emosi, sikap, budaya, etika, wewenang, hubungan, dan persuasi. Ada tiga hal penting terkait efek komunikasi persuasif, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku (behavioral). Efek kognitif merupakan termasuk peningkatan kesadaran, pembelajaran, dan pengetahuan tambahan, serta menyangkut emosi, perasaan, dan sikap. Sedangkan behavior atau konatif merujuk pada niat dan tindakan untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu.¹ Pada efek kognitif ini, merupakan bagaimana media

¹ Markus Utomo Sukendar, (2017). Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktek. Yogyakarta: CV

massa dapat membantu khalayak untuk mempelajari informasi yang berguna dan mengembangkan keterampilan kognitif.

Banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk mempengaruhi orang untuk melakukan sesuatu kearah positif maupun negatif. Biasanya hal ini disebarkan melalui konten-konten video, atau foto. Motivator dapat menyampaikan pesan persuasifnya melalui media apa saja, baik tertulis maupun terucap, atau bahkan keduanya. Yang tertulis, misalnya melalui media cetak seperti buku-buku motivasi, lewat artikel di koran atau majalah, slogan atau kalimat motivasi di baliho, poster, spanduk, atau selebaran. Kemudian melalui siaran khusus di radio, acara di televisi (misalnya seminar atau talkshow yang ditayangkan di televisi), atau melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, website blog dalam bentuk artikel tertulis, dan YouTube dalam bentuk audiovisual. Melalui media sosial setiap pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, seperti misalnya blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.²

Hak tersebut karena media sosial berperan sangat besar dalam mempengaruhi orang lain, maka dari itu, media sosial pun mempunyai fungsi yang fundamental bagi seorang motivator dalam mempengaruhi dan memotivasi audiensnya. Hanya dengan memunculkan beberapa headline atau artikel di Facebook, beberapa kicauan di Twitter, atau mengunggah video-video di YouTube, secara tidak langsung kita sudah bisa mempengaruhi orang lain, semudah dengan membuat mereka membagikan artikel tersebut ke sesama teman di akun Facebooknya, re-tweet kicauannya, mengunduh dan menonton video di YouTube, atau hanya menekan tombol “like”.

Budi Utama. Hal 68. Diakses pada 10 Mei 2022, pukul 17.13 WIB.

² Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis pengaruh penggunaan media baru terhadap pola interaksi sosial anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12-24. Diakses pada 10 Mei 2022, pukul 17.34 WIB.

Tindakan persuasi masyarakat melalui internet mengenai kesabaran untuk selalu memberikan perawatan kepada hewan peliharaan, tetap selalu menyayanginya, dan mencintainya sehingga apabila sudah berada pada tahap efek ini, masyarakat akan dengan mudah memberikan perhatian serta merawat hewan peliharannya. Hal ini merupakan efek afektif yang sangat jelas apabila melakukan persuasi melalui media sosial, karena tidak jarang kita menemui berbagai kasus bahkan para pelaku dengan bangga mempublikasikan kekerasan terhadap hewan yang mereka lakukan ke internet dalam bentuk foto atau video.

Kasus kekerasan terhadap hewan ini biasanya ditemukan di media sosial yang diunggah oleh seseorang. Adegan-adegan tersebut akan membuat orang yang melihatnya kemungkinan akan meniru dalam kehidupan nyatanya. Sebaliknya apabila memunculkan atau menyebarkan aktivitas-aktivitas yang merujuk pada kesejahteraan hewan domestik juga akan memungkinkan mempengaruhi perilaku orang lain yang melihat konten tersebut. Berdasarkan yang telah dijelaskan di atas, bermula dari efek kognitif yang memberikan informasi mengenai hak kesejahteraan hewan, lalu masuk pada efek afektif yang membuat perasaan menyayangi hewan, sehingga muncul keinginan untuk merawat, menjaga, dan tidak melakukan kekerasan pada hewan hal tersebut merupakan tanda bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan sudah mencapai pada tahap efek sikap atau behavioral.

Disebabkan ada cukup banyak kekerasan yang terjadi terhadap hewan, masyarakat membentuk sebuah gerakan sosialisasi terhadap perlindungan hewan yang dilakukan oleh beberapa komunitas pecinta hewan di Indonesia. Gerakan yang muncul tersebut pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan rasa sadar masyarakat terhadap kesejahteraan hewan dan cara menghargai hewan ataupun makhluk hidup lainnya juga untuk mengurangi tingkat kekerasan terhadap hewan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh gerakan atau komunitas pecinta hewan tersebut, salah satunya adalah melalui pemberian edukasi. Pemberian edukasi kepada masyarakat juga tidak dapat dilakukan dengan sembarangan. Setidaknya komunitas-komunitas tersebut harus mengajak dengan cara yang cerdas dan mampu mempengaruhi pemikiran dan tindakan masyarakat. Salah satu cara

berkomunikasi dengan masyarakat mengenai permasalahan ini adalah melalui teknik persuasif dimana dilakukan pemberian edukasi dan ajakan dengan menunjukkan sebab akibat apabila mengutamakan kesejahteraan hewan. Wacana persuasif terhadap permasalahan ini menjadi begitu penting mengingat darurat tindak kekerasan terhadap hewan semakin menjamur.

Isu seputar kesejahteraan hewan jadi pembicaraan yang berarti dan penting untuk pecinta hewan. Mulai dari perbuatan kekerasan terhadap hewan yang dicoba secara terencana ataupun tidak terencana, hukuman yang pantas didapatkan oleh pelakon tindak kekerasan terhadap hewan dan memberikan penyadartahuan kepada warga jika hewan pula pantas memperoleh hak hidup serta terbebas dari rasa ketakutan, tidak nyaman, serta lain- lain. Sayangnya, di Indonesia sendiri masih banyak aksi kekerasan, penyiksaan, serta eksploitasi terhadap hewan yang kerap terjadi sekitar kita. Bagi Davina dari Natha Satwa Nusantara, mengutip dari web Mongabay, memaparkan jika masih banyak permasalahan yang memperlihatkan kekejaman manusia terhadap hewan dalam negeri seperti anjing, kucing, serta yang lain. Mulai dari penyiksaan ataupun hanya perlakuan iseng semata. Ada lebih dari 500 ekor hewan yang telah diselamatkan oleh Natha Satwa Nusantara, dan sudah menampung 80 ekor kucing serta 55 ekor anjing yang memerlukan perawatan.³ Apalagi, bagi Wahyu dalam postingan BBC “(Anjing dan Kucing Jalanan yang Disiksa: “Apa salah kami sampai dianiaya?”- BBC News Indonesia, 2018), “Kucing dikira hama(sebab sangat banyak. Jadi (untuk beberapa orang), jika terdapat kucing, mereka pukul, siram, serta buang”, ditambah dengan *statment* dari Tri Swasono Hadi yang merupakan psikolog di Jakarta berkata jika sikap kekerasan terhadap hewan ini umumnya dilakukan orang secara terencana sebab menimbulkan kepuasan tertentu.⁴

Pembukaan Undang-undang Dasar Tahun 1945 Republik Indonesia menyatakan bahwa salah satu tugas dan tujuan Negara Kesatuan Republik

³ Asti Dian. (2019). Kesejahteraan Hewan Masih Jauh Dari Perhatian Kami : Mongabay.co.id. mongabay. <https://www.mongabay.co.id/2019/02/26/kesejahteraan-satwa-masih-far-dari-perhatian-kita/>

⁴ Kucing dan anjing jalanan yang disiksa: “Apa salah kami sampai dilecehkan?” - BBC News Indonesia. (2018, 20 Juni). BBC. <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44536217>

Indonesia adalah melindungi bangsa Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum.⁵ Hal ini tentunya merupakan tugas yang mulia karena mencapai kehidupan yang sejahtera merupakan dambaan setiap manusia. Memajukan kesejahteraan umum berarti juga mencakup kesejahteraan hewan-hewan yang ada di Indonesia. Namun, terkadang orang hanya ingin memelihara hewan tanpa mempertimbangkan tanggung jawabnya, seperti risiko dalam memelihara hewan, biaya perawatan yang dikeluarkan, serta kebutuhan fisik dan mental hewan tersebut. Hal ini dapat menyebabkan penelantaran dan penganiayaan terhadap hewan peliharaan.

Untuk itu, beberapa organisasi kesejahteraan hewan bermunculan di Indonesia, salah satunya adalah Yayasan Natha Satwa Nusantara. Yayasan Natha Satwa Nusantara merupakan organisasi yang didirikan untuk melindungi kesejahteraan hewan dan memperjuangkan terwujudnya kesejahteraan hewan. Orang dan hewan peliharaan telah hidup bersama selama lebih dari 15.000 tahun, menciptakan manfaat dan efek bersama. Namun, masih banyak orang yang percaya bahwa tidak ada artinya berjuang untuk kehidupan dan kesejahteraan hewan dengan layak.

Berdasarkan keprihatinan tersebut, Natha Satwa Nusantara hadir dengan program kerja untuk mengatasi permasalahan tersebut. Program utama Natha Satwa Indonesia adalah: Pendidikan. Visi Natha Satwa Nusantara adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang kesejahteraan hewan karena masih banyak kasus hewan yang terabaikan dan teraniaya karena kurangnya pengetahuan dan informasi yang diterima dari masyarakat. Program lain yang tentu saja sangat penting adalah penyelamatan hewan yang disiksa dan sakit, dengan membantu kembali kesehatan hewan-hewan tersebut, menemukan rumah dan keluarga yang berdedikasi untuk merawat hidup mereka. Selain itu, Natha Satwa Nusantara juga prihatin dengan masalah kelebihan populasi yang berdampak langsung pada lingkungan manusia, terutama dalam hal melakukan program sterilisasi dan vaksinasi untuk hewan peliharaan dan hewan. Natha Satwa Nusantara juga bekerja sama dengan program pemerintah untuk membuat

⁵ Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 alinea keempat

regulasi dan program lain yang terkait dengan program sterilisasi, vaksinasi, dan pendidikan masyarakat untuk terciptanya kesehatan lingkungan. Natha Satwa Nusantara dalam kampanye yang disampaikan sangat berguna mengenai hak-hak kesejahteraan hewan. Mengingat tingginya kasus penyiksaan dan penelantaran hewan, maka kehadiran Natha Satwa Nusantara sangat disambut baik. Natha Satwa Nusantara hadir melalui beberapa *platform* sosial media salah satunya adalah Instagram dan Youtube yang mengemas banyak informasi mengenai hak-hak hewan dalam lingkungan hidup kita.

Lewat akun Instagram dan Youtube Natha Satwa Nusantara menyuarakan dan membela hak hewan termasuk hak kesejahteraan hewan sebagai makhluk hidup di bumi, karena sejatinya yang hidup di muka bumi bukan hanya manusia, tetapi ada pula hewan dan tumbuhan yang sama seperti manusia yaitu makhluk hidup. Sebanyak 35.000 pengikut di Youtube,⁶ dan 197.000 pengikut di Instagram,⁷ jumlah ini kemungkinan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Kepedulian yang ditunjukkan oleh Natha Satwa Nusantara melalui beberapa akun sosial media yang salah satunya adalah Instagram dan Youtube menunjukkan bahwa sosial media sekarang tidak hanya menjadi wadah akun personal individu, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih banyak seperti menyebarluaskan informasi yang dapat menambah wawasan bagi pengguna lainnya. Sangat diharapkan postingan-postingan oleh Natha Satwa Nusantara mampu memberikan edukasi dan ilmu pengetahuan bagi pengguna Instagram dan Youtube. Khususnya mengenai perlindungan dan hak-hak yang harus didapatkan oleh hewan sebagai salah satu makhluk hidup. Peran penting manusia akan menjadi bagian besar dalam sejarah kehidupan, termasuk kehidupan makhluk hidup lainnya. Maka dari itu Natha Satwa Nusantara melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat melalui beberapa sosial medianya yang salah satunya Instagram dan Youtube.

⁶ Akun Youtube Natha Satwa Nusantara, diakses pada 3 Mei 2022 pukul 19.10 WIB.

⁷ Akun Instagram Natha Satwa Nusantara, diakses pada 3 Mei 2022 pukul 19.12 WIB.

Natha Satwa Nusantara memiliki misi untuk mengedukasi dan menyadarkan masyarakat terhadap pentingnya menyejahterahkan hewan-hewan domestik, baik hewan peliharaan maupun hewan yang tak bertuan. Selain itu mereka juga memberikan subsidi sterilisasi serta vaksinasi sesuai kebutuhan hewan masing-masing untuk mencegah penularan zoonosis. Natha Satwa Nusantara juga banyak bekerjasama dengan pemerintahan untuk menekan angka overpopulasi, mencegah penyakit, serta memantau kebijakan-kebijakan yang mengatur tentang hewan.

Maka dari itu, peneliti memiliki kecenderungan untuk meneliti lebih lanjut tentang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh akun Instagram dan Youtube Natha Satwa Nusantara mengenai perlindungan dan kesejahteraan hewan. Hal ini dilakukan karena melihat fenomena mulai hilangnya hak kesejahteraan hewan di lingkungan hidup dan hadirnya akun Instagram dan Youtube Natha Satwa Nusantara sebagai pihak yang mengampanyekan perlindungan dan hak-hak kesejahteraan hewan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan peneliti fokuskan adalah “bagaimana komunikasi persuasif berbasis media baru yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara tahun 2020-2021?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini terdapat dua, yaitu tujuan umum dan khusus. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis komunikasi persuasif berbasis media baru yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara tahun 2020-2021. Sedangkan tujuan khusus penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh pihak Natha Satwa Nusantara kepada masyarakat menggunakan pendekatan komunikasi persuasif.
- b. Untuk mengetahui timbal balik (*feedback*) setelah Natha Satwa Nusantara melakukan komunikasi persuasif. Pada bagian ini peneliti akan melakukan

observasi kepada beberapa *followers* akun instagram Natha SatwaNusantara secara random, dan melakukan konfirmasi data melalui wawancara kepada pihak Natha Satwa Nusantara mengenai hasil dari komunikasi persuasif yang mereka lakukan.

- c. Untuk mengetahui komunikasi persuasif yang dibangun oleh Natha Satwa Nusantara pada akun Instagram dan Youtubenanya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.1.1. Manfaat Akademis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama Ilmu Komunikasi. Kontribusi atau sumbangan yang dimaksud adalah sumbangan untuk penelitian selanjutnya dapat sebagai rujukan penulisan penelitian atau sebagai data pendukung, yang bertujuan agar memudahkan peneliti yang mencari referensi untuk memperbaiki penelitiannya.

1.1.2. Manfaat Praktis

Sebagai pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi yayasan Natha Satwa Nusantara dalam pengembangan karir dan program lainnya. Selain itu juga dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi komunitas peduli hewan yang dapat menjadi tolak ukur dalam menyuarakan sesuatu mengenai kepeduliannya terhadap hewan.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah pola atau model mengenai seperti apa sesuatu distruktur (bagian serta hubungannya) atau bagaimana bagian tersebut berfungsi (perilaku yang didalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu.⁸ Adapun menurut Kasiram, paradigma merupakan acuan longgar alam penelitian yang berwujud sebagai asumsi, dalil, aksioma, postulat atau konsep yang akan dipakai menjadi petunjuk penelitian. Terdapat dua

⁸ Moleong, Lexy J. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 11

paradigma dalam penelitian kualitatif, yaitu paradigma ilmiah dan alamiah. Paradigma penelitian kualitatif dapat dikaitkan dengan penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif, komparatif, menitikberatkan pada makna, sertadata yang didapat melalui hasil pengamatan dan menganalisis sebuah dokumen.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yang dimaksud dengan jenis penelitian yang merupak gambaran fenomena permasalahan yang ada dengan melakukan pencatatan, penentuan, klarifikasi dan menanalisis data yang ditemukan di lapangan sehingga dapat disimpulkan berdasarkan pokok permasalahan. Gambaran yang akan dituangkan dalam penelitian ini bersifat detail mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara melalui media baru. Maka dari itu peneliti memilih metode kualitatif bukan kuantitatif. Natha Satwa Nusantara akan menjadi subjek penelitian, karena badan tersebut melindungi dan memperjuangkan untuk memenuhi kesejahteraan hewan domestik.

1.5.2. Metode Penelitian

Penelitian ini memiliki metode penelitian berupa studi kasus dikarenakan akan menggambarkan secara detail suatu fenomena atau situasi yang kontemporer. Studi kasus yang digunakan adalah berupa menyelidiki kehidupan secara kenyataan atau dapat disebut inkuiri empiris, tetapi apabila tidak dapat diselidiki dengan jelas akan memanfaatkan multi sumber bukti.⁹ Yin menyebutkan juga bahwa jenis penelitian kualitatif tidak terlepas dari pertanyaan berupa mengapa dan bagaimana, hal tersebut agar dapat menjawab pertanyaan penelitian terkait komunikasi persuasif berbasis media baru yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara tahun 2020-2021.

⁹ Yin, Robert K, Studi Kasus Desain & Metode, Rajawali Pers, Jakarta, 2014. Hal 18

1.5.3. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah Yayasan Natha Satwa Nusantara, yang merupakan badan yang mengatur tentang perlindungan dan kesejahteraan hewan domestik. Adapun lokasi yang menjadi fokus penelitian adalah daring (dalam jaringan) pada akun media sosial Instagram dan Youtube milik Natha Satwa Nusantara.

1.6. Kerangka Konsep

Berdasarkan teori-teori diatas, peneliti menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak Natha Satwa Nusantara untuk mencapai tujuannya dalam menyejahterahkan hewan domestik. Penelitian ini menganalisis komunikasi persuasif melalui teknik-teknik yang dipilih oleh Natha Satwa Nusantara. Pemilihan teori ini karena dianggap sesuai dengan kajian yang diteliti, untuk merefleksikan bagaimana Natha Satwa Nusantara mempengaruhi masyarakat melalui konten-konten yang diunggah di akun-akun media sosialnya, sebagai salah satu dari sekian banyak komunitas pelindung hewan yang ada di Indonesia.

Dari perspektif teori teknik komunikasi persuasif, terdapat 5 (lima) cara yang dapat berkontribusi pada komunikasi persuasif. Kelima teknik tersebut merupakan teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tatanan, dan terakhir teknik *red herring*. Melalui teknik-teknik tersebut Natha Satwa Nusantara dapat menarik simpati masyarakat dengan berbagai konten persuasinya di media sosialnya. Teknik tersebut tidak semata-mata dimiliki saja tetapi implementasinya juga harus dilakukan sesuai situasi dan kondisi media baru saat ini. Pada teknik asosiasi menyajikan pesan komunikasi melalui pemberitaan atau isu yang aktual, atau sedang menarik perhatian minat massa. Berbagai macam berita sekarang dapat dengan mudah ditemui melalui media sosial dengan menggunakan jaringan internet. Tak sedikit pula penyebaran kabar atau berita menjadi sangat cepat sehingga cepat diketahui oleh seluruh penjuru dunia. Dalam hal ini Natha Satwa Nusantara dapat ikut andil dalam isu-isu pemberitaan aktual yang sedang hangat dibicarakan di sosial media. Bentuk aktivitas tersebut berupamenyuarakan tindak

kekerasan pada hewan yang sedang ramai diberikatakan dengan menjadikan akun sosial media mereka wadah untuk *update* berita terhangat tentang perlindungan hewan. Seperti halnya di akun YouTube mereka membuat video konten perkembangan hewan pasca mendapat pengobatan karena menjadi korban kekerasan, begitu juga di akun Instagram.

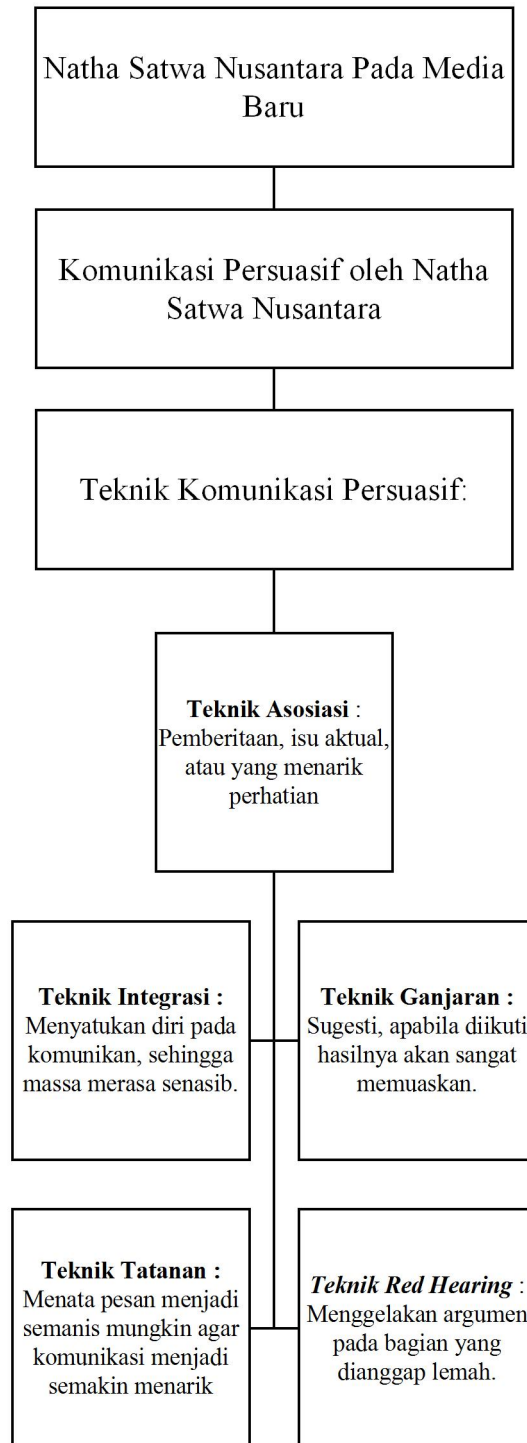
Teknik integrasi menyajikan pesan komunikasi melalui seolah menyatukan diri pada komunikan secara komunikatif maka akan tampak menjadi satu, yang berarti sama dan senasib serta sepenanggungan dengan massa. Pada bagian ini Natha Satwa Nusantara dapat melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada audiens akun media sosialnya, dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur-fitur yang sudah tersedia di platform media sosial. Instagram memiliki fitur Siaran Langsung (*Live*), dimana pemilik akun dapat menyajikan video aktual yang sedang berlangsung sekaligus menanggapi komentar dari penonton. Selain itu terdapat fitur Cerita Anda (*Story*) dimana pemilik akun dapat memberikan informasi atau sekedar menyapa audiens dengan jangka waktu setiap *Story* adalah 24 jam. Masih banyak fitur lainnya seperti *Questions and Answer* (QnA), dan sebagainya. Begitu juga dengan YouTube yang memiliki fitur *Live*. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai metode pendekatan kepada pengguna media sosial lainnya, sehingga dapat melakukan persuasi yang bersifat integrasi. Teknik persuasi ini pada akhirnya akan menempatkan diri seolah pemilik akun memiliki kisah dan cerita yang sama dengan audiens sehingga audiens merasakan kesamaan nasib atau pengalaman, dan mulai dapat menggiring audiens untuk dipengaruhi dengan informasi mengenai perlindungan hak kesejahteraan hewan.

Teknik ganjaran menyajikan pesan komunikasi yang di dalamnya terdapat sugesti, apabila diikuti hasilnya akan sangat memuaskan. Dalam hal ini Natha Satwa Nusantara menjelaskan bagaimana apabila sesuatu terjadi pada hewanyang menjadi korban kekerasan. Kemudian mereka akan menyajikan juga bagaimana apabila hak kesejahteraan hewan dipenuhi tanpa adanya kekerasan, yaitu akan menciptakan keutuhan ekosistem yang baik, sangat minim hewan yan mati karena kekerasan, habitat hewan semakin terjaga, dapat hidup berdampingan dengan manusia dan sebagainya.

Teknik tatanan menyajikan pesan komunikasi yang dapat mempengaruhi penerimanya menjadi tertarik, membuat pesan semanis mungkin atau mengulang kegiatan persuasif melalui jalan menata rupa agar komunikasi menjadi semakin menarik. Bagian ini dilakukan dengan memperindah konten yang disajikan di media sosial Natha Satwa Nusantara. Estetika konten yang diunggah juga mempengaruhi ketertarikan audiens dalam membaca dan menonton konten tersebut, maka dari itu kerapian, keindahan sebuah postingan di internet harus disesuaikan juga dengan tujuan dibuatnya konten tersebut.

Sedangkan teknik *red herring* menyajikan pesan komunikasi melalui cara menggelakan argumen pada bagian yang dianggap masih lemah, setelah itu diahlkan sedikit demi sedikit pada bagian yang lebih dikuasai komunikator. Natha Satwa Nusantara harus memberikan dampak yang baik bagi pengguna sosial media, karena keberadaan mereka dianggap sebagai komunitas yang bermanfaat bagi masyarakat, sehingga Natha Satwa Nusantara berhak untuk melakukan pembenaran atas apa pendapat yang kurang benar mengenai perlindungan hewan. Dalam hal ini Natha Satwa Nusantara harus jeli dalam menilai pendapat dan perdebatan, karena dengan pengetahuan dan kemampuan Natha Satwa Nusantara dapat mengambil peran untuk menggelakkan opini yang salah di tengah masyarakat dan menjelaskan bagaimana seharusnya. Bagian ini akan lebih banyak ditemui pada media sosial di kolom-kolom komentar maupun di pesan pribadi atau sering disebut *Direct Message (DM)*.

Tabel 1.6.1. Kerangka Konsep



Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2022.

1.7. Definisi Operasional

Pengertian definisi operasional menurut Sugiyono, merupakan suatu kelengkapan atau sifat atau nilai dari subjek, orang, aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk dipelajari serta di akhir akan ditarik kesimpulannya.¹⁰ Maka pada penelitian ini definisi operasionalnya digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1.7.2. Definisi Operasional

No.	Kategori	Definisi	Deskriptor
1.	Teknik Asosiasi	Menyajikan pesan komunikasi melalui pemberitaan atau isu yang aktual, atau sedang menarik perhatian minat massa.	1. Menghubungkan edukasi kesejahteraan hewan dengan lingkungan sekitar.
2.	Teknik Integrasi	Menyajikan pesan komunikasi melalui seolah menyatukan diri pada komunikasi secara komunikatif, maka akan tampak menjadi satu, yang berarti sama dan senasib serta sepenanggungan dengan massa.	1. 1. Menyajikan ketulusan dalam menyampaikan pesan 2. 2. Meyakini melalui pengalaman pribadi
3.	Teknik Ganjaran	Menyajikan pesan komunikasi yang di dalamnya terdapat sugesti, apabila diikuti hasilnya akan sangat memuaskan	1. 1. Menceritakan harapan yang baik 2. 2. Menyajikan contoh hasil akhir apabila mengikuti pesan tersebut
4.	Teknik Tatanan	Menyajikan pesan komunikasi yang dapat mempengaruhi penerimanya menjadi tertarik, membuat pesan semanis mungkin atau mengulang kegiatan persuasif melalui jalan menata rupa agar komunikasi menjadi semakin menarik.	1. 1. Penggunaan kata dan visualisasi yang bagus 2. 2. Pengulangan pembahasan yang pernah dibahas sebelumnya

¹⁰ Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal 63

5.	Teknik <i>red herring</i>	Menyajikan pesan komunikasi, melalui cara menggelakan argumen pada bagian yang dianggap masih lemah, setelah itu diahlkan sedikit demi sedikit pada bagian yang lebih dikuasai komunikator.	1. Menyangkalsanggahan 2. Mengalihkan sesuatu kepada hal bermanfaat terkait kesejahteraan hewan
----	---------------------------	---	--

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik antara lain dokumentasi dan wawancara mendalam. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan mencari informasi dari catatan, atau dokumen atau dokumen yang berkaitan dengan tema penelitian.¹¹ Dokumentasi juga didefinisikan sebagai pencarian data berbentuk catatan, transkrip, buku, majalah, surat kabar, prasasti, hasil notulen rapat, agenda, dan sebagainya.¹² Wawancara dilakukan dengan narasumber yang telah ditetapkan. Wawancara dilakukan dengan merujuk pada pedoman wawancara yang disusun sebelumnya. Peneliti menghubungi informan bersangkutan untuk membuat janji dan melakukan wawancara virtual melalui aplikasi Zoom/Google Meet/WhatsApp Call.

Proses pengumpulan data dengan dokumentasi pada penelitian ini peneliti lakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber baik dari buku, jurnal, peraturan perundangan serta dari internet. Data yang didapat dari buku berupa definisi, konsep dan teori-teori yang diperlukan dalam penelitian. Jurnal digunakan oleh peneliti untuk mencari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Selain itu juga terdapat penelitian terdahulu yang berbentuk jurnal tetapi telah dikompilasikan dalam buku. Peraturan perundangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah peraturan yang mengatur tentang perlindungan dan kesejahteraan hewan domestik.

¹¹ Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. CV. Hal 194

¹² Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 136

Konten yang akan dijadikan sampel untuk penelitian ini adalah 10 konten karena Natha Satwa Nusantara dalam sosial medianya mengunggah banyak konten namun karena keterbatasan waktu penelitian hanya dipilih 10 konten berdasarkan *purposive sampling* yaitu konten diambil dengan pertimbangan-pertimbangan yang sesuai dengan kriteria komunikasi persuasif.

Ada beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Data Primer:

Data primer yang dimaksud disini adalah data-data kualitatif yang merupakan data yang didapat melalui mengutip dari akun media sosial Instagram dan Youtube Natha Satwa Nusantara. Dengan pengambilan sample secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono.¹³

Dengan kriteria sample yang diambil :

- i) Konten mengandung judul ajakan
- ii) Konten memberikan anjuran untuk melakukan/tidak melakukan sesuatu
- iii) Konten yang bertujuan untuk membujuk audiens
- iv) Konten yang mengandung kata imperative; waspada, hati-hati, hendaknya, dsb.

b. Data Sekunder

Data sekunder peneliti dapatkan melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, ataudiskusi terfokus. Data sekunder yang dipakai oleh peneliti adalah data yang berasal dari jawaban atas wawancara langsung pada subjek satuan pengamatan. Dalam hal ini diperoleh dari subjek penelitian yaitu pihak pengurus Natha Satwa Nusantara, yaitu Direktur Operasional Yayasan Natha Satwa Nusantara, Anisa Ratna.

¹³ Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV. Hal 85

1.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengatur data, mengorganisasikan data yang didapat, dikategorikan serta diuraikan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif yaitu melalui gambaran keadaan subjek dan objek seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain berdasarkan fakta yang ada. Pendekatan ini didapatkan dari data-data yang dikumpulkan dari proses wawancara, observasi serta studi kepustakaan. Kemudian diolah, dianalisis, diinterpretasikan oleh peneliti serta diterjemahkan dan diuraikan secara kualitatif sehingga didapat gambaran tentang situasi dan peristiwa yang terjadi di lapangan dan juga adanya dukungan data angka yang akan menambahkan keabsahan data yang ada diperoleh di lapangan. Maka teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini merupakan:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah merangkum, memilih bagian yang penting, fokus pada hal-hal pokok, mencari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang semakin jelas dan memudahkan penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.¹⁴ Dalam mereduksi data, setiap penelitian akan dipandu oleh tujuan yang dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif yaitu pada temuan, maka saat melakukan penelitian, jika ditemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tak dikenal, belum memiliki pola, itulah yang harus dijadikan perhatian oleh peneliti saat pelaksanaan reduksi data. Berarti reduksi data merupakan proses memilih, memperhatikan, dan menyederhanakan data-data yang diperoleh di lapangan kedalam catatan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif merupakan teks yang bersifat narasi, serta grafik, matrik,

¹⁴ Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 136

network (jejaring kerja) dan *chart* sebagai bentuk penyajian data.¹⁵

3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat sebagai pendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, apabila kesimpulan yang ditetapkan pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten ketika penelitian maka dari itu kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁶ Dalam penelitian kualitatif kesimpulan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang atau gelap sehingga diteliti menjadi lebih jelas dan detail.

¹⁵ Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 136

¹⁶ Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UIP. Hal 35