

## Evaluasi umum kampanye lembaga swadya masyarakat mengenal pelestarian keanekaragaman hayati yang ditujukan bagi anak-anak: studi kasus: Kampanye oleh Yayasan KEHATI

Dega Tri Ananthadevi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108929&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kampanye sebagai alat komunikasi sebuah organisasi atau institusi berperan penting dalam mewujudkan visi dan misi organisasi. Seringkali tercapainya tujuan organisasi ditentukan oleh kampanye yang dilakukan kepada populasi sasarannya. KEHATI sebagai sebuah organisasi pengumpul dana untuk pelestarian lingkungan melakukan kampanye pelestarian keanekaragaman hayati dengan populasi sasaran anak-anak usia 10-12 tahun (kelas 4-6 SD). Medium yang digunakan adalah Buku Seri Keanekaragaman Hayati.

Terkait dengan tujuan pelestarian keanekaragaman hayati tersebut peneliti memandang penting untuk melakukan evaluasi pada tahap formatif, proses maupun tahap sumatif. Dari evaluasi yang bersifat menyeluruh tersebut, dapat diperkirakan efek kampanye berupa pelestarian keanekaragaman hayati oleh populasi sasaran anak-anak.

Dan hasil evaluasi diperoleh gambaran bahwa kampanye yang dilakukan oleh KEHATI berpeluang untuk berhasil. Hal ini disebabkan kredibilitas tinggi yang dimiliki KEHATI sebagai organisasi yang bergerak di bidang pelestarian keanekaragaman hayati. Hal lain yang turut mempengaruhi peluang keberhasilan kampanye adalah perencanaan / pemilihan obyek komunikasi, populasi sasaran, pesaing komunikasi, pemanfaatan aspek pendukung komunikasi yang konsisten dengan pelaksanaan kampanye. Hasil yang tercatat peneliti adalah populasi sasaran kampanye mengalami perubahan pemahaman, munculnya sikap mendukung dan kecenderungan perilaku yang sesuai dengan tujuan pelestarian keanekaragaman hayati.

Namun demikian masih terdapat beberapa kelemahan dalam kampanye ini, berupa kurang fokusnya perumusan tujuan maupun distribusi penyebaran materi kampanye berupa Buku Seri Keanekaragaman Hayati, yang jika tidak memperoleh perhatian dapat mengganggu proses kampanye berikutnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jika kampanye selanjutnya dilakukan dengan memperhatikan hal-hal yang disebutkan di atas, maka potensi keberhasilannya akan semakin besar. Namun jika kampanye selanjutnya dilakukan dengan tidak memperhatikan hal-hal tersebut, maka potensi keberhasilannya akan berkurang.

Secara akademis, hasil evaluasi pada penelitian ini hanya bersifat menggambarkan potensi keberhasilan kampanye pelestarian keanekaragaman hayati yang dilakukan oleh KEHATI, tanpa berupaya mengukur keberhasilan berupa terpeliharanya keanekaragaman hayati yang menjadi tujuan utama kampanye. Sehingga disarankan, perlu ada penelitian berikutnya yang berupaya mengukur korelasi antara pelaksanaan kampanye dengan keadaan keanekaragaman hayati di Indonesia.

Secara praktis, direkomendasikan agar pada pelaksanaan kampanye - khususnya yang memiliki kesamaan karakteristik dengan kampanye KEHATI - agar menetapkan tujuan yang terfokus. Penetapan tujuan yang terfokus harus benar-benar diperhatikan sebab hasil kampanye sangat dipengaruhi oleh tujuan awal yang ditetapkan. Disamping perumusan tujuan yang terfokus, distribusi pesan kampanye pun harus diperhatikan, sehingga pesan memiliki potensi yang besar untuk dapat mencapai seluruh populasi sasaran - dengan kesempatan yang sama, dan dengan demikian dapat memperbesar peluang tercapainya keberhasilan tujuan kampanye.