



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
LINGKUNGAN HIDUP
(Analisis Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan
“HUTAN: Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati”)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains (M.Si) dalam ilmu komunikasi**

**RAHADIAN ALIF RACHMAN
NPM 1006745266**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS INDONESIA
JAKARTA
JULI 2012**

i

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : **Rahadian Alif Rachman**
NPM : **1006745266**
Tanda Tangan : 
Tanggal : **10 Juli 2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Rahadian Alif Rachman

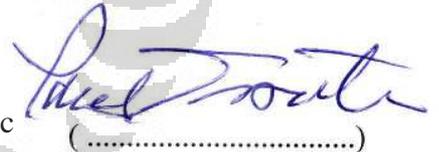
NPM : 1006745266

Judul Tesis : PEMAKNAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT LINGKUNGAN HIDUP (Analisis Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan “HUTAN: Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati”)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Pasca Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Pinkey Triputra, M.Sc



(.....)

Pembimbing : Drs. Eduard Lukman, MA



(.....)

Penguji Ahli : Ir. Firman Kurniawan S, M.Si



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Juli 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Drs. Eduard Lukman, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- (2) Pihak Kementerian Lingkungan Hidup yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- (3) Ayah, Mama, dan Adik-adik yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- (4) Teman-teman Pasilkom 2010 yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini. Maaf merepotkan kalian semua

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 Juli 2012



Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahadian Alif Rachman
NPM : 1006745266
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PEMAKNAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT LINGKUNGAN HIDUP (Analisis Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan “HUTAN: Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati”)** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 10 Juli 2012

Yang menyatakan



(Rahadian Alif Rachman)

ABSTRAK

Nama : Rahadian Alif Rachman
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : PEMAKNAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT LINGKUNGAN HIDUP (Analisis Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan “HUTAN: Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati”)

Tesis ini membahas pemaknaan mahasiswa Fakultas Kehutanan IPB terhadap Iklan Layanan Masyarakat yang mengangkat isu lingkungan hidup dengan tema kehutanan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki masing-masing audiens merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam proses memaknai sebuah teks tanpa mereka sadari. Hasil penelitian menyarankan bahwa untuk dapat melihat pemaknaan khayalak dapat juga lebih meneliti dari sisi *encoding*, seperti bagaimana faktor internal ekonomi dan politik produsen ILM tersebut. Mengenai pemaknaan terhadap teks dapat dilakukan juga penelitian dengan menggunakan Forum Group Discussion (FGD) sebagai metode pengumpulan data untuk melihat bagaimana individu dapat memaknai teks dalam *setting* kelompok.

Kata kunci: Pemaknaan, Iklan Layanan Masyarakat, Analisis Resepsi

ABSTRACT

Name : Rahadian Alif Rachman
Study Program : Communication Science
Title : MEANING OF ENVIRONMENT PUBLIC SERVICE ADVERTISING (Meaning Analysis by Student of Forest Faculty toward PSA “HUTAN: Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati”)

This thesis discusses the meaning of Public Service Advertising that concern about the issue of environmental forestry by student of Forestry Faculty. The study was a descriptive qualitative research design. This study concluded that the knowledge and experience of each audience are the most influential factor in the process to interpret a text. The results suggest that in order to be able to see the meaning of audience may also further examine in terms of encoding, such as how the internal economic and political factors of these PSA manufacturers. About the meaning of the text, researcher suggest that Forum Group Discussion (FGD) can be use in other way as a method of collecting data to see how individuals interpret the text in a group setting.

Key words: Public Service Ads (PSA), Reception Analysis

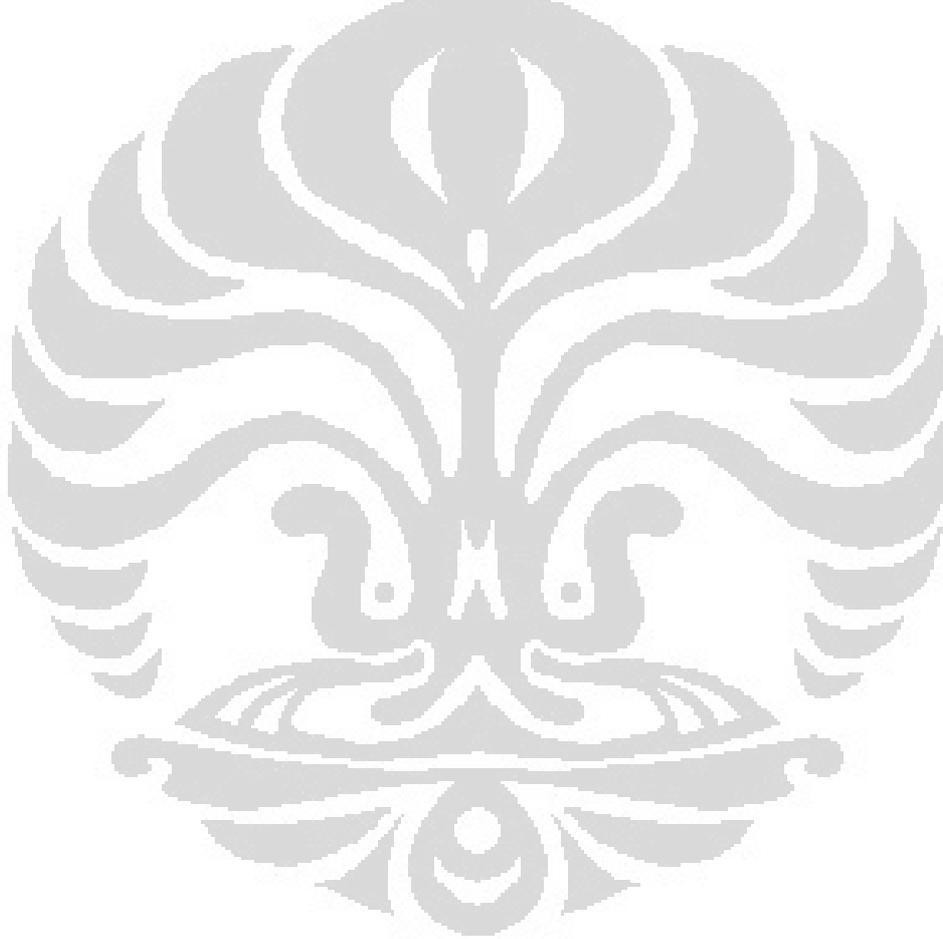
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Cakupan Penelitian	6
1.4. Signifikansi Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Akademis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB 2 LANDASAN KONSEPTUAL	9
2.1. Iklan	9
2.2. Iklan Layanan Masyarakat	10
2.3. Iklan Sebagai Komunikasi Persuasif	12
2.4. Teori Resepsi (<i>Reception Theory</i>)	16
2.4.1. Teori Resepsi Model <i>Encoding-Decoding</i>	19
2.4.2. Analisis Resepsi	24
2.5. Audiens Aktif	25
BAB 3 METODOLOGI	31
3.1. Paradigma Penelitian	31
3.2. Pendekatan Penelitian	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Subyek dan Obyek Penelitian	35
3.5. Pertanyaan yang Diajukan	37
3.6. Teknik Analisis Data	38
3.7. Keterbatasan Penelitian	42
3.8. Kriteria Kualitas Penelitian	42
BAB 4 HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Permasalahan Lingkungan Hidup	45
4.1.1. Isu Kehutanan Global	50
4.1.1.1. Pra Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Bumi	50
4.1.1.2. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Bumi	52

4.1.1.3. Pasca KTT Bumi	54
4.1.2. Peran Pemerintah Indonesia	60
4.1.2.1. Pendidikan Lingkungan Hidup	63
4.2. Hasil Temuan Data	65
4.2.1. Deskripsi Obyek Penelitian	65
4.2.1.1. Pemilihan Media	66
4.2.1.2. Judul dan Target Audiens	66
4.2.1.3. Tema dan Pesan	67
4.2.2. Deskripsi Informan	69
4.2.2.1. Informan 1	70
4.2.2.2. Informan 2	72
4.2.2.3. Informan 3	74
4.2.3. Pemaknaan Iklan Layanan Masyarakat	76
4.2.3.1. Makna dan Pesan dalam ILM	79
4.2.3.2. Sifat persuasif dan Target Audiens ILM	82
4.2.3.3. Interpretasi Model Pembacaan (<i>Decoding</i>)	86
4.3. Diskusi	93
 BAB 5 KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Implikasi	99
5.2.2. Implikasi Praktis	99
5.2.1. Implikasi Teoritis	99
5.3. Rekomendasi	100

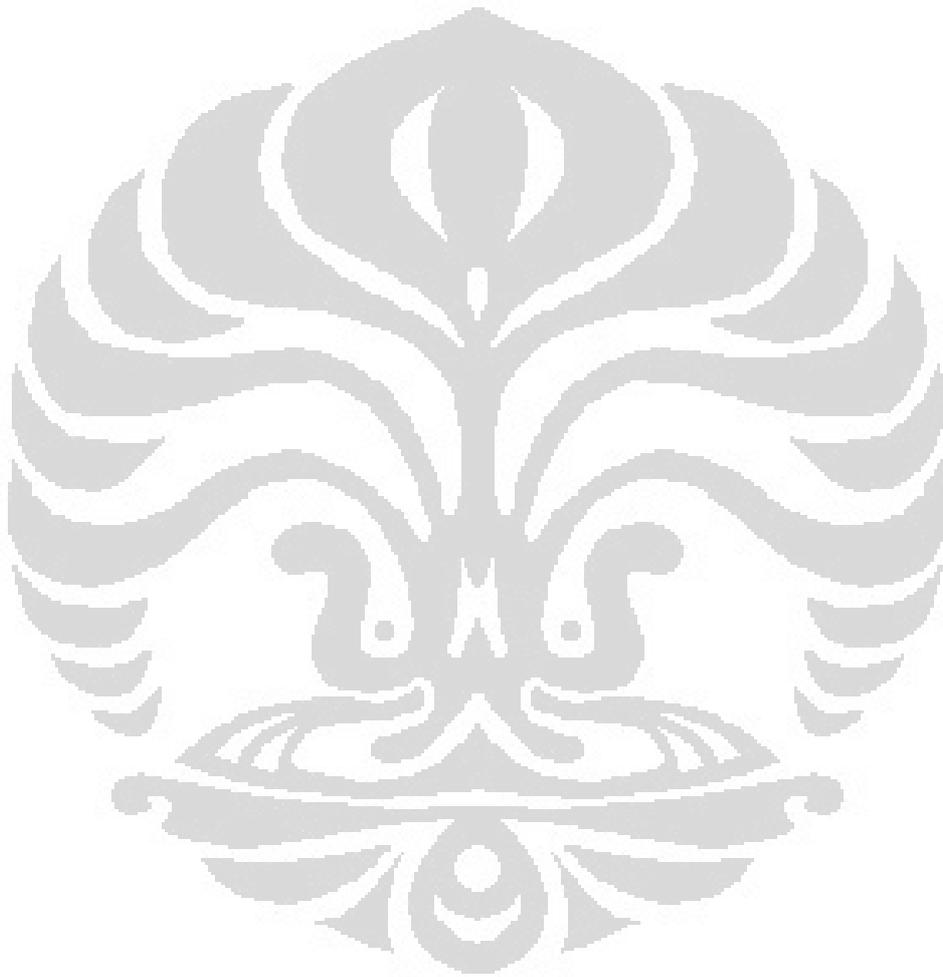
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. The Fundamental Processes in Attitudes Change (Petty dan Cacioppo, 1996)	15
Gambar 4.1. Logo United Nations Environment Programme (UNEP).....	46
Gambar 4.2. Contoh Iklan Memperingati Hari Lingkungan Hidup	47
Gambar 4.3. Penayangan Logo Kementerian Lingkungan Hidup	65
Gambar 4.4. Tampilan Judul ILM	67
Gambar 4.5. Pesan Utama ILM	68
Gambar 4.6. Contoh Kombinasi Unsur Tulisan dan Gambar	81
Gambar 4.7. Peta Data Hasil Temuan	89



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rekapitulasi Sidang UNFF	55
Tabel 4.2. Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan Layanan Masyarakat.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara	1
Lampiran 2. Koding Hirarki Informan: <i>Open Coding</i> , <i>Axial coding</i> dan <i>Selective Coding</i>	32



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia dianugerahi akal budi dan dipilih Sang Pencipta untuk mendapat amanah menjadi pemimpin untuk mencapai kehidupan yang sejahtera, serasi, selaras, dan harmonis bersama-sama alam dan flora dan fauna di ada dalamnya. Namun, secara sadar maupun tidak, karena keserakahan, ketidaktahuan, ketidakpedulian, dan kepentingan-kepentingan tertentu manusia dapat melakukan kegiatan yang merusak dan mencemari alam. Ironisnya kerusakan dan pencemaran alam dan lingkungan sebagian besar lebih didorong oleh ulah dan aktivitas manusia sendiri dibandingkan faktor-faktor alam.

Lingkungan hidup menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup didefinisikan sebagai kesatuan ruang dengan segala benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya.

Permasalahan lingkungan hidup di Negara ini telah menjadi isu nasional yang membutuhkan perhatian dan kepedulian berbagai pihak terhadap upaya perbaikan kondisinya yang semakin memprihatinkan. Dampak yang ditimbulkan bukan hanya kerugian secara materiil, tetapi ancaman yang lebih besar sesungguhnya mengintai kelangsungan hidup manusia. Perlu diingat bahwa kelangsungan perikehidupan dan tingkat kesejahteraan manusia ditentukan oleh kualitas lingkungan hidup.

Hutan merupakan lingkungan hidup yang sangat penting dan harus dijaga kelestariannya. Penebangan hutan secara ilegal, pembakaran hutan, penambangan, dan pengelolaan pertanian secara ladang berpindah merupakan contoh berbagai aktivitas manusia yang menyebabkan rusaknya hutan. Dalam penentuan kebijakan pun kepentingan kelestarian hutan selalu dimarginalkan dibawah kepentingan sektor yang berorientasi eksploitasi dan skala besar. Kerusakan hutan yang terjadi di Indonesia bahkan menimbulkan dampak sampai ke tingkat regional, hal ini

dapat dilihat dari serangan kabut asap akibat kebakaran hutan dan penyiapan lahan untuk pertanian dan perkebunan –terutama di Pulau Sumatera dan Kalimantan– tidak hanya menimbulkan kerugian dan mengganggu kehidupan di tingkat lokal, tetapi juga telah sampai ke negara tetangga.

Semakin menurunnya kualitas hutan serta kesadaran dan kepedulian masyarakat akan pengelolaan hutan yang layak menyebabkan kebutuhan akan upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pemeliharaan dan pengelolaan hutan menjadi sangat penting. Pengelolaan lingkungan hidup seperti halnya hutan akan selalu terkait dengan berbagai unsur, yaitu pemerintah, pengusaha, dan perguruan tinggi dan lembaga penelitian, lembaga swadaya masyarakat, organisasi non-pemerintah (NGO), organisasi massa lainnya dan seluruh lapisan masyarakat. Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) selaku kepanjangan tangan dari pemerintah memiliki program-program yang relevan dengan untuk perbaikan lingkungan hidup. Dalam menyebarkan informasinya, KLH bekerjasama dengan industri media agar dapat menjangkau masyarakat luas.

Upaya perbaikan hutan membutuhkan penanganan yang komprehensif bukan hanya berupa upaya represif terhadap pelaku perusakan atau rehabilitasi terhadap dampak yang ditimbulkan, namun juga perlu disertai dengan upaya preventif berupa peningkatan kesadaran pentingnya menjaga hutan. Undang-Undang No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (PLH) mengamanatkan bahwa setiap orang mempunyai hak atas informasi lingkungan hidup. dimana pemerintah berkewajiban untuk menyediakan informasi lingkungan hidup dan menyebarkanluaskannya kepada masyarakat. Dalam hal ini semangat kemitraan dalam PLH menjadi sangat penting dimana antara masyarakat dan pemerintah mempunyai hak dan kewajiban yang sama untuk melaksanakan kegiatan PLH.

Dalam mempercepat proses pemahaman, pemaknaan, dan meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan, selain melalui pemantapan kurikulum pendidikan lingkungan hidup dan pelatihan-pelatihan, perlu pula didorong melalui bahan-bahan kampanye atau penyuluhan lingkungan hidup. Melalui teknik komunikasi yang efektif dan efisien, nilai-nilai lingkungan perlu

ditanamkan dalam pendidikan lingkungan untuk menanamkan kesadaran dan kepedulian terhadap permasalahan lingkungan untuk pada akhirnya diharapkan tercapainya tindakan dan perilaku yang mendukung dan bersahabat dengan lingkungan.

Secara khusus kegiatan kampanye lingkungan hidup melalui media massa bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan lingkungan hidup. Untuk itu perlu diupayakan kegiatan komunikasi lingkungan hidup yang efektif dan transparan mengenai informasi lingkungan hidup yang dianggap penting, *urgent*, vital, dan strategis. Media massa dinilai cukup ampuh dalam penyebarluasan kampanye lingkungan hidup karena ruang yang dapat mereka rasuki sangat luas dan dapat merambah ke semua kalangan masyarakat.

Salah satu contoh bentuk kerjasama antara pemerintah –dalam hal ini KLH– dengan media massa (elektronik dan non-elektronik) dalam bentuk kampanye lingkungan hidup adalah iklan layanan masyarakat (ILM). ILM atau *Public Service Advertising* merupakan salah satu contoh iklan yang tidak mengutamakan laba dari penampilannya serta tidak menonjolkan satu jenis produk tertentu untuk dijual. ILM dapat juga berisikan pesan mengenai masalah moral, kemanusiaan, filosofi, konsep politik, pandangan keagamaan yang biasa dilakukan oleh lembaga nonprofit, organisasi keagamaan, asosiasi perdagangan, organisasi kewarganegaraan atau organisasi politik. Pada dasarnya ILM berisi pesan-pesan sosial, dengan maksud membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap masalah-masalah yang dihadapi. Sampai saat ini ILM terus dibuat guna membangkitkan kesadaran masyarakat untuk melaksanakan sesuatu yang bermanfaat bagi kepentingan bersama.

Perilaku yang ingin dirubah dengan pola pemasaran semacam ini adalah kegiatan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat, baik pribadi maupun yang berhubungan dengan orang atau badan lainnya. Brennan dan Binney (2009) menegaskan bahwa pemasaran sosial digunakan oleh organisasi nonprofit dan pemerintah untuk meningkatkan perilaku positif. Sebagai contoh ILM Anti Narkoba dimana ILM ini dibuat dengan maksud menginginkan adanya perubahan

perilaku dari masyarakat untuk menjauhi dan meninggalkan narkoba yang bukan untuk kebutuhan medis. Pada ILM tersebut secara langsung akan berhubungan dengan kehidupan pribadi masyarakat itu sendiri sehingga mereka mampu hidup sehat dan tidak menggunakan narkoba.

Secara umum periklanan memiliki peran mengkomunikasikan informasi seefisien mungkin kepada khalayak dalam jumlah yang sebesar-besarnya. Selain melakukan fungsi ekonomi, iklan juga dapat melakukan fungsi sosial bagi pemasang iklan dan khalayak.

Berbagai teknik dan pendekatan digunakan dalam upaya mengembangkan cara yang paling efektif untuk mengkomunikasikan pesan ILM kepada khalayak. Dengan terlaksananya kegiatan kampanye lingkungan diharapkan seluruh kepentingan *stakeholders* dalam kontribusinya terhadap upaya-upaya untuk meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan, pemeliharaan, dan perbaikan lingkungan hidup.

Penelitian yang dilakukan akan mengkaji pemaknaan mahasiswa kehutanan dalam menganalisis ILM dari unsurnya yang berupa teks, gambar, dan suara. Secara umum penelitian ini berkaitan dengan pemaknaan pembaca tentang pengkodean dan pendekodean stimuli dalam isi sebuah ILM serta interpretasinya atau pendekodean yang dipersepsi oleh pembaca.

1.2. Perumusan Masalah

Barthes (1990) mengemukakan bahwa pada dasarnya lambang yang digunakan dalam iklan terdiri atas dua jenis, yaitu verbal dan nonverbal. Lambang verbal merupakan bahasa yang dikenal, sedangkan lambang nonverbal berupa bentuk dan warna yang disajikan dalam iklan yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas. Danesi (2004) menambahkan bahwa penafsiran iklan dapat dibagi dua, yaitu tingkat permukaan dan tingkat mendasari yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa penafsiran teks iklan adalah interpretasi dan ketidaksepakatan tentang apa sesuatu yang berarti tidak hanya dapat dihindari.

Asumsi yang merupakan titik awal dari analisis pemaknaan adalah bahwa makna dari teks media bersifat polisemi dan bukan merupakan suatu harga mati, atau sesuatu yang melekat dalam teks. Disini teks media memperoleh makna pada saat penerimaan ketika mereka dikonsumsi. Dengan kata lain, khalayak dianggap sebagai pencipta makna, tidak hanya konsumen dari isi media, mereka membaca atau menginterpretasikan teks media dalam cara-cara yang bermacam-macam. Teks secara umum dapat dibaca berbeda karena memiliki nilai polisemi.

Teks memang memiliki makna sendiri yang kesemuanya ditawarkan kepada khalayak, namun khalayak seringkali tidak langsung menerima makna yang ditawarkan tersebut. Dengan kata lain teks mungkin saja menawarkan jenis wacana tertentu, namun khalayak bebas memilih untuk menggunakan wacana yang ditawarkan tersebut atau tidak sesuai dengan ideologinya. Disini khalayak dilihat berpartisipasi secara aktif dalam proses signifikansi.

Stuart Hall membagi cara pembacaan/interpretasi teks menjadi tiga macam, yaitu: (1) *preferred reading* (sering disebut sebagai *dominant meaning* atau *hegemonic code*) yang merupakan maksud dan tujuan dari *content* atau pesan yang sesungguhnya diinginkan/dimaksudkan oleh pihak pembuatnya. Disebut hegemonik, karena menurut Hall, cara pembacaan ini mencerminkan pandangan yang “mendominasi” secara umum, yang global; (2) *negotiated meaning/code*, dimana dalam klasifikasi jenis ini terdapat unsur adaptif dan juga sekaligus oposisionalnya; dan (3) *oppositional decoding/code*, dimana audiens mengembangkan interpretasi yang merupakan oposisi langsung terhadap *preferred reading* suatu pesan.

Penelitian yang akan dilakukan secara umum akan menjawab pertanyaan “Bagaimana pemaknaan ILM lingkungan hidup oleh mahasiswa kehutanan serta faktor-faktor yang berperan dan mempengaruhinya?”

1.3. Tujuan dan Cakupan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran bagaimana iklan layanan masyarakat (ILM) dimaknai oleh mahasiswa kehutanan sebagai pembaca.

Pengkodean ini melalui rangsangan dalam stimuli yang ada dalam iklan memicu pengetahuan maupun pengalaman pembaca. Proses pemicuan ini saling berkaitan dengan pemahaman pembaca pada unsur yang inheren (di dalam) iklan dengan konteks pemahaman pembaca atas stimuli. Selama proses ini berlangsung, pembaca menginterpretasikan atau melakukan analisis terhadap teks, gambar dan suara dalam ILM dengan obyek yang secara langsung dipersepsi oleh pembaca. Latar belakang pemilihan mahasiswa kehutanan sebagai subjek penelitian selanjutnya akan dijelaskan pada bab 3.

Penelitian ini berusaha mencari jawaban sejauh penerimaan atau interpretasi yang dimaknai oleh pembaca. Secara ilmiah penelitian ini mengambil perspektif dari sisi aspek inheren iklan dan hasil interpretasi pembaca tanpa melibatkan atau melihat sisi pengiklan.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran terhadap penelitian mengenai pemaknaan iklan layanan masyarakat oleh pembaca khususnya masalah-masalah yang dianggap sensitif dalam pandangan masyarakat.

Penelitian lain mengenai ILM sebelumnya dilakukan oleh Muchsin Attamimy (2009) yang berjudul “Perbandingan Pengaruh Humor dan *Rational Appeal* pada Iklan Layanan Masyarakat: Studi Kasus Iklan Layanan Masyarakat Pajak dan Kredit Usaha Rakyat”. Dalam penelitian kuantitatif ini dibahas perbandingan antara sikap masyarakat selaku konsumen yang diwakili variabel *cognitive*, *affective* dan *behavior intention* pada ILM dengan menggunakan *message appeal humor* dan *rational* pada target iklan pribadi dan publik.

Dari studi penelitian terdahulu ini juga terdapat penelitian yang tampaknya cukup dekat dengan yang penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Regina Damayanti Darmadji (2003). Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah pesan iklan tersebut berpengaruh terhadap pemahaman dan

sikap remaja tentang HIV/AIDS dengan variabel-variabel yang mempengaruhi persepsi remaja dalam menonton iklan yang disajikan dengan judul “Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pemahaman dan Sikap: Studi Eksperimental Iklan Layanan Masyarakat ‘AIDS, Kita Bisa Kena, Kita Juga Bisa Cegah’ Pada Empat Sekolah Mengengah Umum di Jakarta”. ILM tersebut merupakan proyek kerjasama Menko Kesra Taskin dengan UsAID. Penayangan dilakukan sepanjang tahun 1999/2000 di RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah pesan iklan tersebut berpengaruh terhadap pemahaman dan sikap remaja tentang HIV/AIDS. Selain itu, diteliti pula variable-variable yang diduga turut mempengaruhi persepsi remaja dalam menonton iklan. Penelitian dilakukan atas dasar pentingnya bagaimana menyampaikan pesan persuasif tentang HIV/AIDS melalui iklan di televisi. Melalui pengertian yang baik, diharapkan muncul sebuah pemahaman tentang HIV/AIDS yang benar, yang akan melahirkan sikap positif pemirsa dalam menghadapi isu-isu HIV/AIDS di sekitar lingkungannya.

Subyek penelitian berjumlah 114 orang, terdiri atas remaja putra dan putri kelas II yang dipilih secara acak dari empat SMU di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner pretest-protest. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen “*before after control group design*” untuk melihat apakah ada perubahan pemahaman dan sikap pada diri subjek setelah menonton iklan. Iklan yang digunakan adalah versi *Prevention* dan *Confession*. Sementara teori tentang perubahan pemahaman dan sikap berpijak pada hasil penelitian Petty dan Cacioppo serta berbagai hasil penelitian para ahli mengenai message learning approach.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan remaja tentang HIV/AIDS cukup memadai. Selain masih cukup banyak remaja yang menganggap HIV adalah penyakit kaum homoseksual, mereka juga membutuhkan informasi cara pencegahan agar tidak tertular HIV. Perubahan pemahaman dan sikap yang signifikan ditunjukkan oleh ILM versi *Prevention*. Sementara variable-variable yang berpengaruh pada persepsi menonton iklan versi *Prevention* terhadap pemahaman adalah pertemanan mandiri dan punya pengalaman terpapar

iklan. Melalui analisa data diketahui bahwa iklan versi *Prevention* dipersepsikan lebih baik daripada iklan versi *Confession*. Atas dasar temuan ini, disarankan untuk menerapkan model penjadwalan *flighting* dengan berpijak pada teori “*sleeper effect*” dan “*delayed action effect*” pada program televisi yang disukai remaja, yakni: film dan musik melalui stasiun-stasiun televisi swasta favorit. Penelitian-penelitian di atas mendorong peneliti untuk mengkaji dan menganalisis pemaknaan ILM oleh khalayak yang berkaitan dengan isu lingkungan hidup sebagai isu yang sangat sensitif.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pemaknaan iklan atas isu pengelolaan lingkungan hidup yang diwujudkan ke dalam pemahaman yang diterima audiens. Manfaat lain yaitu sebagai bahan evaluasi kesesuaian tujuan program KLH dalam mengkampanyekan isu lingkungan hidup dilihat dari pemaknaan pembaca ILM.

BAB 2

LANDASAN KONSEPTUAL

Berikut akan diuraikan landasan teori dan pengertian mengenai konsep dan istilah yang berhubungan dengan teori pengetahuan khalayak mengenai komunikasi, khususnya ILM dan sejauh mana ILM tersebut dimaknai dan dipersepsikan oleh pembaca. Pembahasan teori-teori ini digunakan peneliti sebagai landasan untuk dapat menyusun seperangkat alat uji yang digunakan dalam penelitian sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

2.1. Iklan

Iklan adalah bagian dari bauran promosi dan bauran promosi merupakan bagian dari pemasaran. Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk kepada konsumen melalui suatu media. Frank Jeffkins (Kasali, 1995:10) menyatakan bahwa untuk membedakan dengan pengumuman biasa iklan lebih diarahkan berisi bujukan supaya konsumen membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Sebagai target dari bauran pemasaran, bersama dengan komponen lainnya dalam bauran promosi (personal selling, promosi penjualan, dan publisitas), iklan bagaikan salah satu dari empat buah roda mobil. Ketiga roda lainnya adalah produk, harga dan distribusi. Jika salah satu roda tersebut terganggu, maka ketiga roda yang lainnya pun akan kehilangan fungsinya sebagai penggerak strategi pemasaran.

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif yang menggunakan media massa untuk menginformasikan pesan dan sekaligus mengarahkan khalayaknya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Pesan dalam sebuah iklan dapat berupa informasi mengenai produk, jasa atau gagasan yang dibuat oleh pihak sponsor tertentu. Wells, Burnet, dan Moriarty (1989:8) menyatakan sebagai berikut:

“Advertising is paid nonpersonal communication from an identified sponsor using mass media to persuade or influence an audience”

Dapat dikatakan bahwa periklanan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang dibuat sponsor tertentu dengan menggunakan media massa dengan tujuan untuk membujuk atau mempengaruhi khalayak.

Pada umumnya iklan yang dibuat dan dimuat di media berorientasi pada laba atau merupakan iklan-iklan komersial. Dalam konteks ini iklan digunakan untuk membujuk khalayak membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu. Namun, terdapat jenis iklan lain yang dibuat bukan berorientasi pada laba. Iklan jenis ini dibuat dengan maksud memberikan informasi khalayak mengenai suatu permasalahan tertentu.

2.2. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat berasal dari konsep *Public Service Advertisement* yang kemudian dikenal dengan *Public Service Announcement* (PSA) yang pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat (Khairifa, 2007). Crompton dan Lamb (1986) mendefinisikan PSA sebagai iklan yang disiarkan melalui udara dan iklan tersebut disponsori oleh media berkenaan untuk kepentingan masyarakat banyak. Kemudian Alcalay dan Taplin (1989) mengatakan bahwa PSA merupakan pesan radio atau Televisi dalam berbagai tempo waktu (biasanya 10, 15, 20, 30 atau 60 detik) yang mempromosikan program, pelayanan, peristiwa atau isu-isu yang menarik perhatian dan minat masyarakat, dan pesan ini disponsori oleh instansi yang tidak mementingkan keuntungan.

Biasanya iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari suatu kampanye besar yang melibatkan banyak media dan usaha-usaha lainnya dalam tempo waktu yang telah ditetapkan. Di antara kampanye-kampanye yang sering menggunakan iklan layanan masyarakat adalah kampanye tentang kesehatan dan keselamatan berlalu lintas.

Tom (1993) dalam penelitiannya tentang iklan layanan masyarakat, menemukan saluran utama Televisi di Amerika menyiarkan iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan kesehatan (perlindungan dari penyalah-gunaan narkoba, minuman keras, AIDS, dan kanker), menyayangi anak-anak dan orang-orang yang dicintai, kepentingan pendidikan, penggunaan sabuk pengaman, menangani tekanan jiwa, pemeliharaan binatang liar dan kesadaran tentang akibat binatang liar. Semua iklan layanan masyarakat ini disiarkan pada jam perdana di saluran ABC, CBS, dan NBC. Hal ini disebabkan karena Pfau dan Parrot menjumpai iklan layanan masyarakat yang disiarkan selain dari jam perdana atau di luar jam perdana kurang mendapat perhatian dan tidak memberi pengaruh seperti yang diharapkan.

Pada dasarnya Iklan Layanan Masyarakat (ILM) berisi pesan-pesan sosial yang dibuat dengan maksud memberikan informasi dan meningkatkan tingkat kepedulian masyarakat terhadap masalah-masalah yang dihadapi. ILM atau *Public Service Advertising* merupakan salah satu contoh iklan yang tidak mengutamakan laba dari penampilannya serta tidak menonjolkan satu jenis produk tertentu untuk dijual. ILM dapat juga berisikan pesan mengenai masalah moral, kemanusiaan, filosofi, konsep politik, pandangan keagamaan yang biasa dilakukan oleh lembaga nonprofit, organisasi keagamaan, asosiasi perdagangan, organisasi kewarganegaraan atau organisasi politik (Ember, Jane and Betsy Ann-Toffler, 1987:385)

Kasali (1993:210) menyatakan bahwa ILM menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kondisi yang dapat mengancam keserasian dan kehidupan umum. Crompton dan Lamb dalam Kasali (1993:201) mendefinisikan ILM sebagai sebuah pengumuman yang tidak dikenakan biaya untuk mempromosikan program, kegiatan atau jasa pemerintah atau organisasi nirlaba sebagai bentuk pelayanan kepedulian masyarakat, seperti yang dikatakan sebagai berikut:

“an announcement for which no charge is made and which promotes programs, activities, or services of federal, state: or local government of the programs, activities; or services nonprofit

organizations and other announcement regarded as serving community interest...”

Wells, Burnet dan Moriarty (1989:9) menambahkan bahwa ILM merupakan suatu pengumuman yang dibuat secara cuma-cuma oleh biro iklan, dimana waktu dan tempat disumbang oleh pihak media. Dapat dikatakan bahwa ILM dibuat dan dimuat di media atas permintaan pemerintah atau suatu lembaga swadaya masyarakat tanpa dikenai biaya untuk membangkitkan kepedulian masyarakat atas isu-isu tertentu.

Terdapat tiga fokus atau tema besar yang menjadi fokus yang ditampilkan dalam ILM menurut Weilbacher (1979:426) meliputi:

1. Penyampaian gagasan dengan harapan akan diterima dan dicontoh masyarakat
2. Dukungan terhadap hal tertentu yang sedang diprogramkan pemerintah
3. Ajakan dan himbauan untuk melakukan kegiatan sosial atau pengumpulan dana

Secara umum ILM dirancang untuk mendukung suatu program tertentu yang bersifat non-komersial yang berfungsi sebagai salah satu alat pendukung kesuksesan sebuah program. Dengan pesan-pesan yang diinformasikan dalam ILM diharapkan dapat mempersuasi khalayak agar kesadaran dan kepedulian terhadap suatu isu dapat meningkat. ILM lingkungan hidup merupakan iklan yang menyajikan pesan berupa himbauan, ajakan, peringatan, yang berkaitan dengan isu lingkungan hidup untuk meningkatkan kepedulian akan isu lingkungan yang berkembang.

2.3. Iklan Sebagai Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif banyak dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran antara lain dalam pemasaran. Periklanan merupakan bagian dari *promotion mix*

(bauran promosi), bersama-sama dengan kegiatan *promotion selling*, *publiscity*, dan *sales promotion*. Sedangkan *promotion mix* merupakan bagian dari kegiatan *marketing mix* (*product*, *price*, *place* dan *promotion*). Dengan kata lain iklan merupakan bagian kecil dari kegiatan pemasaran yang lebih luas.

Serangkaian tanda dan lambang verbal dan nonverbal pesan dirancang dan ditampilkan dalam iklan untuk membentuk makna di benak pembacanya. Sebagai sender, pembuat iklan harus sungguh-sungguh mempertimbangkan bagaimana iklannya akan diinterpretasikan dan direspon oleh pembaca sebelum diluncurkan karena pemaknaan sebuah iklan berkaitan erat dengan interpretasi pembaca sebagai receiver. Hal ini dibutuhkan untuk dapat memenuhi tujuan dimana pembaca akan terbujuk dan terpengaruh untuk kemudian melakukan apa yang disarankan oleh pengiklan.

Pada tahun 1960, David K. Berlo mengembangkan sebuah model komunikasi dimana model ini mempunyai dua unsur, yakni unsur utama (primer) dan unsur lainnya (sekunder). Istilah SMCR (*sender*, *message*, *channel*, dan *receiver*) biasa digunakan untuk menyebutkan unsur-unsur primer dalam model ini. Sedangkan efek, *feedback*, dan lingkungan merupakan unsur lain sebagai unsur sekundernya. Model ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber (*source*) adalah yang berinisiatif untuk berkomunikasi. Dalam periklanan sumber dapat dilakukan oleh sponsor tertentu yang membayar.
2. Pesan (*message*) adalah informasi yang akan dipindahkan antara sumber dan penerima. Pesan yang disampaikan oleh sebuah iklan, dapat berbentuk perpaduan antara pesan verbal dan pesan non verbal.
3. Saluran/Media (*channel*) adalah sarana dimana pesan mengalir antara sumber dan penerima. Contoh, media pesan suara disalurkan melalui gelombang udara sedangkan pesan gambar disalurkan melalui gelombang cahaya.
4. Penerima (*receiver*) adalah individu atau kelompok yang merupakan sasaran dari sumber komunikasi. Sasaran yang menerima informasi dari

periklanan diharapkan akan mengubah jalan pikiran (*state of mind*) calon konsumen untuk membeli.

5. Efek (*effect*) adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima sebagai akibat diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Dalam komunikasi persuasif terjadinya perubahan, baik dalam aspek sikap, pendapat atau perilaku pada diri receiver/persuadee merupakan tujuan yang utama. Begitu juga periklanan menghendaki adanya perubahan jalan pikiran (*state of mind*) dari receiver/persuadee.
6. Umpan balik (*feedback*) adalah jawaban atau reaksi yang datang dari sumber atau dari pesan itu sendiri.
7. Konteks situasional lingkungan atau atmosfir komunikasi persuasif merupakan konteks situasional untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik, dimana tindakan persuasi tersebut berlangsung.

Masalah komunikasi persuasif periklanan dapat timbul dari sumber, saluran, pesan, media, sasaran, lingkungan sosial, serta efek, dampak dan lingkungan periklanan. Perlu diketahui bahwa iklan layanan masyarakat bertujuan untuk memberi kesadaran kepada khalayak. Apabila mereka telah sadar terhadap masalah yang disiarkan melalui iklan layanan masyarakat, maka mereka akan melakukan perubahan dalam tingkah laku. Setelah terjadi perubahan tingkah laku di kalangan khalayak, maka dapatlah dikatakan iklan layanan masyarakat itu telah memberikan kesan dan kampanye tersebut mencapai sasarannya.

Martyn (1997) menyarankan supaya iklan layanan masyarakat yang dirancang harus memperhatikan ciri-ciri demografi dan budaya kelompok sasaran agar hasilnya lebih efektif. Walaupun demikian, hal yang perlu diingat bahwa efektifitas sesuatu kampanye dan iklan layanan masyarakat itu tergantung kepada sampainya pesan iklan layanan masyarakat tersebut kepada khalayak atau kelompok sasaran. Tidak ada artinya kalau iklan layanan masyarakat itu

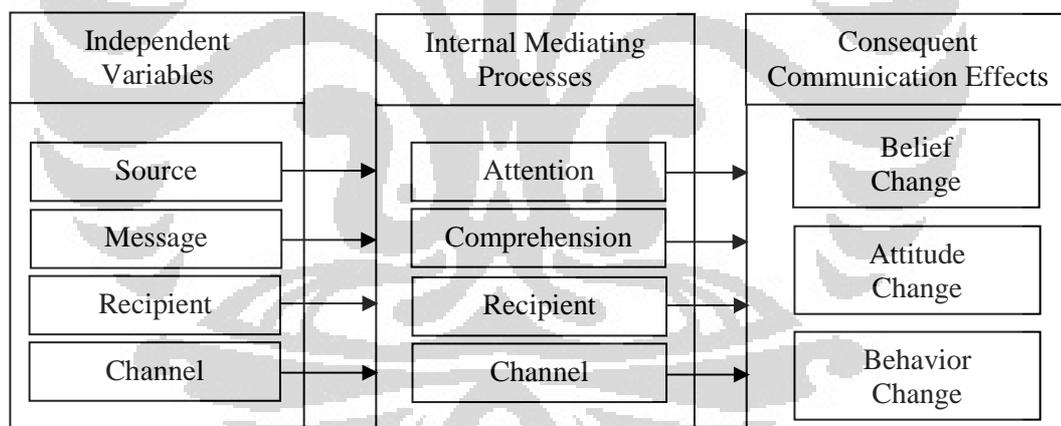
menghabiskan biaya yang besar tetapi khalayak tidak melihatnya, atau pesan tersebut tidak mampu mempengaruhi khalayak.

Petty dan Cacioppo dalam bukunya *Attitudes and Persuasion Classic and Contemporary Approaches* (1996:60) mengemukakan bagaimana sebuah pesan dapat mempengaruhi sikap pembacanya. Dikatakan bahwa proses fundamental perubahan sikap menurut pendekatan pembelajaran pesan (*message-learning approach*), yaitu meliputi: perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), pengulangan (*yielding*), dan ingatan (*retention*).

Proses ini dipengaruhi oleh faktor komunikator (*source*), pesan (*message*), penerima (*recipient*) dan saluran (*channel*). Keseluruhan faktor dan proses dasar tersebut digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1.

The Fundamental Processes in Attitudes Change (Petty dan Cacioppo, 1996)



Petty dan Cacioppo (1996) menyimpulkan bahwa kelebihan dan keterbatasan unik dari masing-masing media menyebabkan tidak adanya media yang “terbaik” melainkan yang paling efektif. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: khalayak yang ingin dijangkau, nilai-nilai, kemampuan pemahaman, relevansi pesan, dan karakteristik sumber.

Hal ini disetujui oleh Chaiken dan Eagly (1976) dalam Petty dan Caioppo (1996) yang menyimpulkan:

1. Dibandingkan bentuk audio-visual, pesan yang kompleks dipahami lebih baik dalam bentuk media cetak.
2. Media audio-visual menghasilkan penyerapan terhadap isi pesan lebih baik dibandingkan media cetak.

Dengan demikian, pesan yang sederhana akan menghasilkan perubahan sikap lebih besar dalam bentuk audio-visual dibanding dalam bentuk tercetak. Sedangkan apabila pesan tersebut mengandung isi yang kompleks, maka media cetak akan menjadi lebih efektif karena substansi dari pesan tersebut lebih mudah dipahami. Klapper (1960) menambahkan bahwa komunikasi persuasif akan sangat efektif jika dirancang dan disesuaikan dengan kelebihan-kelebihan istimewa berbagai macam saluran media yang digunakan untuk menghantarkan komunikasi tersebut (Petty dan Cacioppo, 1996:86).

2.4. Teori Resepsi (*Reception Theory*)

Analisis resepsi diawali adanya *cultural studies* di *Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS)* di Brimingham. Kajian *cultural studies* dan analisis resepsi merupakan kurang lebih sama, bahkan kadang seperti tumpang tindih. Analisis resepsi mengkaji makna, produksi, dan pengalaman audiens saat berinteraksi dengan teks media. Sehingga pengamatan mendalam perlu dilakukan pada proses *decoding*, interaksi dan “pembacaan” teks oleh audiens (Hagen & Wasko; 2008: 8).

Stuart Hall sebagai tokoh utama di CCCS selalu menegaskan bahwa produksi makna tidak menjamin konsumsi makna seperti yang dimaksud produsen makna karena sistem-sistem tanda dalam pesan tersebut dikonstruksi dengan pengaruh *multi-accentuated*, bersifat polisemi, sehingga memiliki celah atas tafsir atau makna yang berbeda (Barker; 2004:35).

Teori ini menekankan atribusi dan konstruksi makna yang berasal dari media dengan penerima. Pesan-pesan media selalu polisemik atau mempunyai makna beragam dan harus diartikan. *Mass media reception* adalah aspek yang terintegrasi dari praktek-praktek keseharian komunitas dan kelompok budaya

tertentu dan seharusnya dipelajari dalam isi diskursif dan sosialnya (McQuail, 2000 : 45).

Menurut Stuart Hall, terdapat dua hal dalam fokus penelitian ilmu komunikasi, yaitu: pertama, analisis tentang konteks sosial politik dimana isi media diproduksi atau encoding dan kedua, proses konsumsi terhadap isi media itu atau decoding. Isi media adalah sebuah “teks” berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (*signs*) dan saling terhubung dengan cara yang lebih spesifik. Maka untuk memahaminya diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda dan juga sekaligus strukturnya.

Orang mempunyai kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar belakang budaya mereka (Baran dan Davis, 2002:262). Teks media memperoleh makna hanya pada saat penerimaan yaitu ketika dibaca, ditonton, didengar dan lain-lain. Dengan kata lain khalayak dianggap sebagai pencipta makna.

Lebih jauh, menurut Windahl, Sven, Benno Signitzer & Jean T. Olson (2000:165) jika teori *uses and gratification* memberikan penekanan pada pemikiran bagaimana individual memilih dan menggunakan konten komunikasi, maka *reception theory* membahas apa yang terjadi pada tindakan pengkonsumsian, bagaimana isi tertentu dari suatu pesan dilihat dan diinterpretasikan oleh *receiver*. Mereka yang percaya pada teori ini memegang asumsi bahwa ketika masuk dalam proses pengkonsumsian media massa, individu-individu membentuk *frame* dan melakukan proses *framing* untuk menginterpretasikan isi dari media, di mana proses tersebut lalu menghasilkan pembacaan atas isi yang bervariasi dari individu-individu tadi. Teori ini juga beranggapan bahwa ketika sedang melakukan pembacaan, audiens tidak akan begitu saja menerima dan mempercayai apa yang diinginkan oleh pihak pembuat pesan tadi, melainkan membuat sebuah negosiasi terhadap maksud dari pesan itu (*meaning negotiation*). Artinya, selain mengambil antara lain apa yang sudah disediakan oleh pesan-pesan yang ditangkap, audiens juga memasukan pengertian-pengertian mereka sendiri kedalam proses pembacaan pesan-pesan tersebut.

Dalam *Uses and Gratification Theory* lebih menekankan pada pemikiran bagaimana individu memilih dan menggunakan isi (*content*) komunikasi. Dalam *Reception Theory* yang dibahas adalah apa yang terjadi pada tindakan pengkonsumsian, bagaimana isi tertentu dari suatu pesan dilihat dan diinterpretasikan oleh penerima. Penonton ketika melakukan pembacaan tidak akan begitu saja menerima dan mempercayai apa yang diinginkan oleh pihak pembuat atau penghasil pesan tadi, tetapi membuat sebuah negosiasi terhadap maksud dari pesan itu (*meaning negotiation*).

Dalam pendekatan yang dikembangkan oleh Van Zoonen (1997:42) mengatakan bahwa proses produksi media bukanlah suatu refleksi yang sederhana, tetapi merupakan suatu proses negosiasi yang kompleks. Demikian pula khalayak tidak menerima pesan secara sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur dan logika.

Menurut Stuart Hall, masyarakat bukanlah pecandu kebudayaan yang membaca teks secara pasif. Teks secara umum dapat dibaca berbeda, karena memiliki nilai polisemi. Teks memang memiliki makna sendiri yang semua ditawarkan kepada khalayak. Namun khalayak seringkali tidak mau menerima makna yang ditawarkan tersebut dan menegosiasikannya dengan makna dominan yang lain, menolaknya atau memilih untuk memaknai dengan cara bertolak belakang. Dengan kata lain teks mungkin saja menawarkan jenis wacana tertentu, namun khalayak bebas memilih untuk menggunakan wacana yang ditawarkan tersebut atau tidak sesuai dengan ideologinya. Makna memerlukan keterlibatan aktif para pembaca dan kompetensi budaya yang mereka hadirkan di dalam citra teks agar secara temporer menetapkan makna untuk tujuan tertentu. Sehingga interpretasi teks tergantung kepada tampungan dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial. Itu semua didistribusikan secara berbeda di berbagai kelas, gender, kebangsaan dan lain-lain.

Esensi dari pendekatan *Reception* adalah untuk menempatkan atribusi dan konstruksi makna (yang berasal dari media) dengan penerima. Pesan-pesan media selalu “*polisemic*” (mempunyai makna beragam) dan harus diartikan. Menurut

Jensen (1991) resepsi dari media massa adalah aspek yang terintegrasi dari praktek-praktek keseharian komunitas dan kelompok budaya tertentu dan seharusnya dipelajari dalam isi diskursif dan sosialnya (McQuail's, 1993:45).

2.4.1. Teori Resepsi Model *Encoding-Decoding*

Studi resepsi merupakan sebuah studi media yang menjelaskan bahwa audiens yang selama ini dianggap pasif hanya menerima begitu saja terpaan dari televisi, seperti yang digambarkan dalam teori-teori komunikasi sebelumnya, ternyata merupakan penonton yang aktif yaitu ketika audiens menonton mereka akan secara aktif dan kreatif membentuk pemikiran dan budaya mereka sendiri ketika menonton, tidak begitu saja menyerap tayangan yang menerpa mereka. Para perintis studi resepsi menyatakan bahwa apa pun yang dilakukan analisis makna tekstual sebagai kritik masih jauh dari kepastian tentang makna yang teridentifikasi yang akan diaktifkan oleh audiens. Dimana audien merupakan penciptaan aktif makna dalam kaitannya dengan teks. Sebelumnya mereka membawa kontensi kultural yang telah mereka dapatkan untuk dikemukakan dalam teks sehingga audien yang terbentuk dengan cara yang berbeda akan mengerjakan makna yang berlainan (Barker, 2004: 34).

Model *encoding-decoding* adalah model yang dikembangkan oleh Stuart Hall dan kemudian digunakan oleh Morley dalam studi "Nationwide" yang dilakukannya. Model ini merupakan metode yang menyoroti baik pesan maupun interpretasi khalayak terhadap pesan tersebut (Croteau, 2000; 270). Teori *encoding – decoding* yang digagas Hall didasari sistem makna oleh Parkin dan teori Hall memberi kontribusi besar bagi *reception studies*. Dari teori *encoding – decoding* Hall menghadirkan sesuatu yang baru dalam penelitian khalayak, hasil penelitiannya akan memperlihatkan hubungan pemaknaan tanda oleh produsen & audiens teks. Jika audiens berada dalam kerangka kerja kultural produsen maka *encoding – decoding* tekstual akan sama.

Reception Theory merupakan salah satu bentuk kritisi terhadap penelitian komunikasi massa yang mengkonseptualisasikan proses komunikasi dalam bentuk

sirkuit sirkulasi atau panah berupa hubungan linier antara pengirim, pesan, penerima. Pada tahun 1973, Stuart Hall, tokoh kajian budaya terkemuka dari Inggris dalam laporannya, menyatakan bahwa ada dua hal yang saling berkaitan yang seharusnya menjadi fokus penelitian bidang ilmu komunikasi, yaitu analisis tentang konteks sosial politik di mana isi media diproduksi (*encoding*) dan proses konsumsi isi media itu sendiri (*decoding*). Lebih lanjut, ketika menjabarkan pandangannya mengenai *decoding*, Hall mengajukan sebuah pendekatan kajian khalayak yang berusaha melihat bagaimana memahami berbagai *content*.

Stuart Hall (1981) menyatakan bahwa produksi makna tidak menjamin konsumsi makna sebagaimana yang dimaksudkan pengode karena pesan-pesan (dalam televisi), yang dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan komponen *multiaccentuated*, bersifat polisemis, sehingga memiliki lebih dari sekedar serangkaian makna potensial. Ketika audien berpartisipasi dalam kerangka kerja cultural dengan produsen, maka *decoding* audiens ditempatkan pada posisi sosial yang berbeda (misalnya, berdasarkan kelas dan gender) dari pengode yang memiliki sumber daya kultural yang sama sekali berbeda, mereka akan mampu mendekode program secara alternatif (Barker, 2004: 35).

Dengan dasar teori semiotik Perancis, Hall memberikan argumen bahwa *media content* adalah sebuah “teks” berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (*signs*) dan saling terhubung dengan cara yang spesifik. Supaya bisa memahami teks dan untuk bisa “membacanya” diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda dan juga sekaligus strukturnya. Apa yang berusaha dikemukakan lebih jauh oleh Hall di sini adalah kenyataan bahwa orang mempunyai kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar belakang budaya mereka (Baran & Davis, 2000:262 dan Hall dalam *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, 2002:302-308).

Asumsi yang merupakan titik awal adalah bahwa makna dari teks media bukan merupakan suatu harga mati, atau sesuatu yang melekat dalam teks. Namun teks media memperoleh makna hanya pada saat penerimaan ketika mereka dibaca, ditonton, didengar, dan lain-lain. Dengan kata lain, khalayak dianggap sebagai

pencipta makna, tidak hanya konsumen dari isi media, mereka membaca atau menginterpretasikan teks media dalam cara-cara yang berhubungan dengan kondisi sosial dan budaya mereka dan dalam cara-cara dimana mereka secara subyektif mengalami keadaan tersebut. Dalam hal ini penonton dikonsepsikan sebagai individu yang diposisikan secara sosial yang pembacaannya akan dikerangkakan oleh budaya dan praktik yang dimiliki bersama.

Encoding dan *decoding* terbuka bagi resiprinitas yang berubah-ubah, ditentukan oleh kondisi eksistensi berbeda, sehingga senantiasa ada kemungkinan akan kesalahpahaman (Storey, 2007:14). Pemaknaan yang berbeda ini terjadi karena latar belakang budaya dari *receiver* yang berbeda-beda, dimana *receiver* yang berangkat dari budaya yang berbeda sudah pasti akan memaknai pesan yang sampai kepada mereka dengan berbeda pula. Dalam pandangan Hall pesan yang disampaikan oleh media akan selalu dimaknai secara terbuka dan polisemi oleh *receiver*-nya, pesan bukankah bermakna tunggal atau selama ini dikenal dengan *fixed message*.

Fokus model *encoding-decoding* terdapat pada hubungan antara pesan media seperti yang dikonstruksikan oleh produser media, dan dengan cara pesan tersebut diinterpretasikan oleh khalayak. *Encoding* dan *decoding* saling terkait karena keduanya terfokus pada teks yang sama, namun demikian cara *encoding* tertentu tidak selalu mengarahkan pada *decoding* tertentu pula. Dalam hal ini kelas sosial, usia, ras, dan gender antara lain memainkan peran penting dalam menyediakan perangkat budaya bagi kita dalam melakukan *decoding*.

Terdapat tiga model yang menjelaskan bagaimana kemungkinan khalayak melakukan *decoding* terhadap teks yang dikonsumsi. Produser media mengemas (encoding) makna dengan cara tertentu dengan maksud agar dapat diinterpretasi dengan cara tertentu pula.

- *Dominant reading* (meaning) adalah model dimana khalayak melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produser pesan media. Artinya adalah ketika penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima umum dan pembaca akan menafsirkan dan membaca pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima umum.

Dalam hal ini dapat dikatakan tidak terjadi perbedaan penafsiran antara penulis dan pembaca. Penulis bisa jadi menggunakan kode-kode profesional atau kode-kode budaya, posisi politik yang diyakini dan menjadi kepercayaan pembaca, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode-kode itu sampai ditangan pembaca akan terjadi kesesuaian.

- *Negotiated reading* (meaning) adalah model dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan secara kabur dan menegosiasikan makna dengan elemen extratekstual. Disini khalayak mempunyai alternatif interpretasi, karena mereka bisa saja salah meninterpretasikan atau tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis pesan. Hal ini terjadi jika penulis juga menggunakan kode atau kepercayaan politik yang dipunyai khalayak, tetapi ketika diterima oleh khalayak tidak dibaca dalam pengertian umum, namun pembaca cenderung menggunakan keyakinannya mengkompromikannya dengan kode yang disediakan penulis.
- *Opositional reading* (meaning) adalah model dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan namun setelah membandingkan teks dengan sumber-sumber extratekstual, khalayak membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produser pesan. Khalayak mengembangkan interpretasi yang berbeda sama sekali dengan *dominant reading*. Pembacaan oposisi ini muncul ketika penulis tidak menggunakan kerangka acuan budaya atau keyakinan politik khalayak pembacanya sehingga pembaca akan menggunakan kerangka budaya atau politik sendiri.

Dalam perjalanannya, pendapat Hall ini kemudian diperkuat dan sekaligus dimodifikasi oleh penelitian yang dilakukan David Morley pada tahun 1980 di Inggris. Dalam penelitiannya terhadap pemirsa program berita Nationwide, ia menunjukkan adanya kemungkinan-kemungkinan bagi audiens untuk membuat interpretasi alternatif dalam memahami teks media, di mana kemudian terbuka kemungkinan munculnya hasil pembacaan yang berbeda-beda atas sebuah teks

yang sama (Brooker & Jermyn, 2003:91-92). Penelitian yang dilakukan Morley menunjukkan bahwa pemirsa Nationwide mempunyai dua macam cara pembacaan lain, selain menerima *preferred reading* dari acara itu sebagaimana pendapat Stuart Hall sebelumnya.

David Morley dalam *The 'Nationwide' Audience* (1980) menguji model Hall, dengan melihat bagaimana interpretasi individu terhadap teks televisual berhubungan dengan latar belakang sosio-kultural. Morley memberikan sebuah rangkuman (dan klarifikasi) yang berguna tentang pemahamannya sendiri terhadap model *encoding/decoding* Hall sebagai berikut: (Storey, 2008: 17)

1. Produksi pesan penuh makna dalam wacana TV senantiasa merupakan 'pekerjaan' problematis. Peristiwa yang sama bisa di-*encoding* melalui lebih dari satu cara. Sehingga, kajian TV di sini berkenaan dengan bagaimana dan mengapa struktur dan praktik produksi tertentu cenderung menghasilkan pesan tertentu, yang mewujudkan maknanya dalam bentuk-bentuk tertentu yang berulang.
2. Pesan dalam komunikasi sosial selalu bersifat kompleks dalam hal struktur dan bentuk. Ia senantiasa memuat lebih dari satu 'pembaca' potensial. Pesan menawarkan dan menganjurkan pembacaan tertentu atas pembacaan lainnya, namun pesan tidak pernah bisa menjadi sama sekali tertutup di sekitar satu pembacaan. Pesan tetap bersifat polisemik.
3. Aktivitas 'memetik makna' dari pesan juga merupakan sebuah praktik yang problematis, betapapun transparan dan 'natural' tampaknya aktivitas itu. Pesan meng-*encoding* satu cara bisa senantiasa dibaca dengan cara yang berbeda.

Studi yang dilakukan oleh David Morley dianggap sebagai awal dari perkembangan studi resepsi, dimana penelitan khalayak aktif dengan fokus pada budaya sehingga menghasilkan produksi makna yang bersifat polisemi (Hagen&Wasko, 2000: 7 dalam Vera Wijayanti, 2009: 31).

Menurut Stuart Hall, setiap fenomena dan peristiwa akan selalu bermakna yang tidak berdiri sendiri atau tunggal, melainkan integral didalamnya. John Fiske menambahkan bahwa makna tidak intrinsik ada dalam teks itu sendiri, karena yang ditemukan adalah pesan dalam teks. Makna itu diproduksi melalui proses yang aktif dan dinamis, baik dari sisi pembuat maupun khalayak pembaca (Eriyanto, 2001).

2.4.2. Analisis Resepsi

Studi Resepsi adalah studi yang berfokus pada bagaimana individu memaknai pesan-pesan yang disampaikan media (berita, produk artistik, dsb). Analisis resepsi memiliki sejumlah kesamaan dengan penelitian *Uses and Gratification* namun lebih menekankan pada pendekatan etnografi pada saat observasi partisipan atau *in-depth interview*. Analisis resepsi pada umumnya terkait dengan studi tentang khalayak penonton televisi, meski tidak tertutup kemungkinan dilakukan terhadap media massa yang lain. Pemahaman terhadap televisi memang tidak akan lengkap tanpa menggali bukti-bukti yang ada dalam penelitian terhadap penonton. Bukti empiris dikerangkakan dalam suatu perspektif teoritis tertentu. Kerangka kerja yang mendominasi penelitian terhadap penonton dalam tradisi *Cultural Studies*, yaitu paradigma audiens aktif. Paradigma ini berkembang sebagai reaksi atas berbagai cara kajian atas penonton dengan asumsi yang melekat bahwa menonton televisi memiliki karakter pasif, tapi justru ingin menunjukkan bahwa penonton merupakan produsen makna aktif dalam konteks budaya mereka sendiri.

Dalam sejarah penelitian akademis media, penelitian khalayak merupakan pendatang yang relatif baru. Setelah sebelumnya, tren academia berfokus pada teks sebagai tempat keberadaan makna, maka sepanjang tahun 1980-an, beberapa kajian kunci menggeser perhatian cendekiawan media hingga berubah dari analisis teks menuju pada penelitian tentang teks dalam benak pembaca. Era pembaca (*age of reader*) muncul akibat keterlibatan politis dengan budaya pop yang berkomitmen untuk memberdayakan para pengguna teks. Gagasan bahwa makna

teks diciptakan melalui pembacaan muncul akibat kehadiran feminisme dan isu-isu hak sipil dalam cultural studies, gagasan bahwa pribadi bersifat politis mengarahkan penelitian menjadi terfokus pada cara-cara khalayak membaca teks. Isu-isu penerimaan tekstual (*textual reception*) mulai menggantikan isu-isu hermeneutika atau produksi (Stokes, 2006: 150).

Sejarah perubahan dalam cara meneliti khalayak didiskusikan oleh Ien Ang (1991), David Morley (1992), Sonia Livingstone (1998) dan lain-lain. Karya David Morley mengenai bagaimana khalayak yang berbeda memahami program-program berita yang berjudul *Nationwide* merupakan penelitian kunci dalam sejarah penelitian khalayak. Morley menonton episode-episode *Nationwide* dengan kelompok-kelompok orang yang berbeda dan mencermati bagaimana teks yang sama akan memiliki makna yang berbeda sesuai dengan siapa yang menontonnya. Karya Morley merupakan pondasi dalam sejarah kajian media (Stokes, 2006:151).

Penelitian analisis resepsi difokuskan pada interpretasi media dan peran penting media dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam konteks domestik. Lebih lanjut menurut Morley, perhatian analisis resepsi juga mencakup penggunaan media khususnya televisi yang meliputi pemaknaan khalayak terhadap tayangan program tertentu yang dikonsumsi, aktivitas konsumsi media yang disenangi, selera acara sampai dengan gaya khalayak penonton dalam mengonsumsi media (Coleman, 2002:15).

2.5. Audiens Aktif

Jane Stokes (2003: 146) menjelaskan audiens sebagaimana pengertian sehari-hari, yakni merujuk pada orang-orang yang menghadiri pertunjukan tertentu atau menonton program televisi. Sedangkan secara luas adalah mengenai orang-orang yang terdapat oleh, atau yang menanggapi kebudayaan media.

Penonton atau audiens merupakan pihak yang aktif dalam melihat, menerima, membaca atau mengonsumsi sebuah fenomena kebudayaan. Audiens melakukan kontekstualisasi makna-makna tersebut dengan kondisi nyata yang

dialaminya selain itu audiens juga melakukan modifikasi sendiri sehingga makna tersebut sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu makna yang disajikan oleh tayangan televisi dikatakan tidak pernah langsung diterima begitu saja oleh penonton. Dari sini dapat disimpulkan bahwa audiens adalah pihak yang aktif dan proses konsumsi fenomena sebuah kebudayaan pun menjadi sesuatu yang kreatif.

Mc.Quails (1993:133) menyatakan bahwa audiens telah menjadi pusat dalam penelitian komunikasi massa sejak awal yang pada awalnya dianggap sebagai suatu massa yang tidak berbeda, sebagai target pasif bagi persuasi dan informasi atau sebagai pasar dari konsumen produk media. Pembelajaran terhadap efek media kemudian segera dikenali bahwa audiens sebenarnya dibuat dari kelompok sosial dan karakteristik oleh jaringan dari hubungan interpersonal melalui mana efek-efek diperantarai. Pada masa lalu penonton televisi dianggap sebagai konsumen pasif dimana televisi dianggap sebagai kekuatan yang mempengaruhi mereka. Hal ini mengidentikkan penonton seperti *zombie* yang gampang dipengaruhi. Tetapi pada kenyataannya kemudian hal ini merupakan gambaran yang salah karena ternyata orang-orang aktif dalam berbagai hal dan dapat membuat suatu bentuk budaya dominan dalam diri mereka atau oposisional/kritik, menerima pesan-pesan ideologi secara selektif.

Sebuah proses *decoding* dilakukan oleh khalayak dalam media massa, yang dikenal juga sebagai audiens. Audiens atau khalayak yang dimaksud adalah orang-orang yang memiliki saluran untuk digunakan. Individu-individu didalam pengertian kolektif khalayak, adalah orang-orang yang berbeda dalam menggunakan komunikasi untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya terhadap informasi dan ide dengan cara yang berbeda. Sehingga mereka juga memiliki waktu yang berbeda dalam menggunakan media. Audiens bagi media tertentu tidak pernah stabil. Jarang ada khalayak tunggal untuk saluran media yang banyak, tapi agak banyak audiens untuk banyak saluran (Picard, 2002: 102-104).

Dalam menerima informasi dari media, audiens dibedakan dalam dua jenis yaitu audiens pasif dan aktif. Audiens pasif adalah orang yang mudah terpengaruh secara langsung oleh media, sedangkan audiens aktif adalah orang yang

membuat keputusan-keputusan yang lebih efektif dalam menggunakan media (Iswandi: 2006, 89). Konsentrasi uraian ini adalah pada kerangka kerja yang telah mendominasi penelitian terhadap penonton dalam tradisi *cultural studies*, yaitu audiens aktif. Barker menyebutkan bahwa penonton bukanlah orang bodoh secara cultural melainkan produsen makna aktif dalam konteks kultural mereka sendiri (Barker, 2004: 286).

Menurut Frank Biocca (1988) dalam (McQuail, 2000: 415-416) ada lima jenis tipologi dari khalayak aktif yaitu:

1. Selektifitas (*selectivity*).

Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka dalam mengkonsumsi media melakukan berbagai pertimbangan, tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media. Konsumsi media yang mereka lakukan berdasarkan atas alasan dan tujuan tertentu.

2. Utilitarianisme (*utilitarianism*)

Khalayak aktif ketika mengkonsumsi media adalah dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.

3. Intensionalitas (*intentionality*)

Khalayak aktif yang mengkonsumsi media memang secara sengaja dan sudah mereka niatkan sebelumnya. Konsumsi media yang mereka lakukan karena mereka mempunyai kepentingan terhadap isi media.

4. Keikutsertaan (*involvement*)

Khalayak aktif adalah khalayak yang secara aktif berfikir mengenai alasan mereka dalam mengkonsumsi media.

5. *Impervious to Influence*

Khalayak aktif adalah khalayak yang dipercaya sebagai komunitas yang tahan dalam menghadapi pengaruh media atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri.

Peneliti dari audiens aktif mengatakan bahwa media tidak dapat mengatakan kepada masyarakat akan apa yang harus mereka pikirkan dan bagaimana berperilaku karena masyarakat tidak bodoh, atau mudah didominasi. Mereka tidak akan percaya begitu saja akan apa yang dikatakan oleh media. Istilah audiens aktif sendiri cenderung percaya akan kepandaian dan otonomi individu. Pendekatan ini memberikan penekanan akan adanya *power* yang dimiliki individu ketika mereka menggunakan media. Setiap individu bertindak sebagai produser makna yang secara aktif memaknai setiap teks yang dihadapkan padanya berdasarkan situasi sosial, dan kepentingannya yang berbeda-beda.

Menurut Hall (Barker, 2000:74), masyarakat bukanlah pecandu kebudayaan yang membaca teks secara pasif. Teks secara umum dapat dibaca berbeda karena memiliki nilai polisemi. Teks memang memiliki makna sendiri yang semua ditawarkan kepada khalayak, namun khalayak seringkali tidak mau menerima makna yang ditawarkan tersebut dan menegosiasikannya dengan makna dominan yang lain, menolaknya atau memilih untuk memaknai dengan cara bertolak belakang. Dengan kata lain teks mungkin saja menawarkan jenis wacana tertentu, namun khalayak bebas memilih untuk menggunakan wacana yang ditawarkan tersebut atau tidak sesuai dengan ideologinya. Selain itu, teks itu sendiri bersifat polisemis, artinya adalah pembawa berbagai makna, hanya sedikit diantaranya yang diambil oleh para pembaca. Jadi interpretasi teks tergantung kepada tampungan dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial yang kesemuanya didistribusikan secara berbeda di berbagai kelas, gender, kebangsaan, dan lainnya.

Menurut Ang (Downing, Mohammadi, & Sreberny-Mohammadi, 1990:21) pemikiran tentang khalayak aktif paralel dengan pemikiran dalam *cultural studies* bahwa media dan khalayak adalah sama-sama *powerfull*. Proses komunikasi merupakan sebuah aktivitas timbal balik yang melibatkan kreasi makna bersama antara pembicara atau pembuat dan seseorang yang menerima pesan dan membuatnya masuk akal.

Barker (2000:282) menyatakan paradigma khalayak aktif berkembang sebagai reaksi atas berbagai cara kajian bahwa penonton televisi memiliki karakter pasif dengan makna dan pesan televisi yang mereka terima begitu saja. Hal ini terlihat dari banyaknya penelitian yang memahami aktivitas menonton dalam konteks perilaku yang menyatakan bahwa penonton meniru kekerasan dari tayangan televisi yang mereka tonton. Pendukung pendekatan khalayak aktif berpendapat bahwa bukti-bukti perilaku penonton tidak sekedar inkonklusif dan kontradiktif, dengan korelasi statistik yang tidak bisa dijadikan bukti dari penalaran ini, namun ini adalah cara yang secara fundamental salah dalam mendekati penonton televisi. Dikatakan bahwa penonton televisi bukanlah massa yang tidak terbedakan yang terdiri dari kumpulan individu dan terisolasi. Namun menonton televisi adalah suatu aktivitas yang diformasikan secara sosial dan kultural yang terkait dengan makna. Penonton adalah pencipta kreatif makna dalam kaitannya dengan televisi (mereka tidak sekedar menerima begitu saja makna-makna tekstual) dan mereka melakukannya berdasarkan atas kompetensi kultural yang dimiliki sebelumnya yang dibangun dalam konteks bahasa dan relasi sosial.

Khalayak tidak hanya melihat apa yang ingin mereka lihat, karena pesan atau program tidaklah semata-mata jendela untuk melihat melainkan sebuah konstruksi. Sementara pesan bukanlah sebuah objek dengan satu makna saja, melainkan pesan dapat diinterpretasikan secara berbeda tergantung pada konteks yang ada (Herawati, 2005:46).

Dalam kaitannya dengan *Reception Study*, maka *Reception Analysis* melihat bagaimana makna, produksi, dan pengalaman dari *audiens* dalam interpretasinya atas teks media. Fokus analisis ini kepada proses *decoding*, interpretasi, dan *reading* (membaca) sebagai istilah inti. Menurut Jensen dan Rossengren, analisis ini mengacu kepada berbagai bentuk penelitian *audiens* yang empiris dan bersifat kualitatif. Dalam konsep *reception analysis*, konsep khalayak aktif dicirikan dengan peranan khalayak dalam proses pengkonstruksian makna, sebagai analisis terdapat juga beberapa yang melihat pada pemahaman semiotik atas komunikasi. Khalayak dilihat berpartisipasi secara aktif dalam proses signifikansi. Berkaitan dengan itu, Hall menyebutkan model *encoding-decoding*

yang menunjukkan hubungan antara proses produksi, produk dan penerimaannya. Asumsinya, *encoding* (produksi) tidak selalu diterima dan diambil (*decoding*) dengan sama oleh khalayak. Dengan kata lain, teks mungkin saja menawarkan wacana tertentu, namun khalayak bebas memilih akan menggunakan wacana yang ditawarkan tersebut atau tidak. Hall (Tester, 1994:68) dengan konsep poliseminya menjelaskan bahwa pemaknaan terhadap suatu teks atau program tidak selalu satu atau sama dengan apa yang dibaca, didengar, dilihatnya, tetapi juga bisa bertentangan. Karena itu teks dimaknai berdasarkan ideologi seseorang.

Downing (1995) menyatakan bahwa titik awal dari analisis *reception* adalah asumsi bahwa makna teks media bukan merupakan suatu harga mati, atau suatu yang melekat dalam teks. Namun, teks media memperoleh makna hanya pada saat penerimaan, ketika teks itu dibaca, ditonton, didengar, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, audiens dilihat sebagai pencipta makna, tidak hanya konsumen dari isi media, mereka membaca atau menginterpretasikan teks media dalam cara-cara yang berhubungan dengan kondisi sosial dan budaya mereka dan dalam cara-cara dimana mereka secara subyektif mengalami kondisi tersebut.

Konsep pemikiran yang disimpulkan pada penelitian ini adalah bahwa: (1). Khalayak merupakan pihak yang aktif, dan (2). Isi media adalah polisentris atau selalu terbuka untuk diinterpretasikan. Makna tidaklah berada dalam teks itu sendiri, makna dihasilkan dalam interaksi antara teks khalayak. Produksi makna merupakan tindakan dinamis yang di dalamnya setiap unsur sama-sama memberikan kontribusinya. Khalayak di sini ditempatkan pada posisi yang berbeda dengan sumberdaya budaya yang berbeda, dia mampu men-*decode* program dengan cara alternatif.

BAB 3 METODOLOGI

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis dimulai dengan pertanyaan mendasar yaitu bagaimana orang-orang di suatu tempat/ lokasi mengkonstruksikan realita. Paradigma ini membahas mengenai persepsi mereka, “kebenaran”, penjelasan, kepercayaan dan pandangan mengenai dunia. Selain itu konsekuensi dari konstruksi tersebut bagi perilaku mereka dan orang-orang lain yang berinteraksi dengan mereka juga diteliti (Patton, 2002: 96).

Berdasarkan pandangan yang diuraikan dalam kerangka pemikiran, maka penelitian ini akan menggunakan paradigma *constructivism-interpretative*. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam *setting* keseharian yang alamiah agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara, mengelola dunia sosial mereka (Neuman, 1997:68).

Paradigma *konstruktivis-interpretative* secara ontologi mengasumsikan bahwa realitas sosial bersifat lokal, spesifik dan merupakan produk dari konstruksi sosial (relativistik). Secara epistemologis, hubungan peneliti dengan yang diteliti bersifat *transactional/subyektivist*, yaitu dimana hubungan peneliti dengan yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu, pemahaman tentang suatu realitas atau temuan penelitian merupakan interpretasi peneliti dari kacamata nilai atau ideologi tertentu. Secara metodologis, akan menggunakan serangkaian prosedur metodologis dalam suatu lingkungan yang alami (*in natural world*) dan bersifat *hermeneutical/dialectical* (Neuman, 1997).

Guba dan Lincoln (1990) pun memperjelas, konstruktivisme dimulai dengan premis bahwa manusia memiliki perbedaan secara natural, fisik dan dengan demikian harus dipelajari secara berbeda pula. Hal ini disebabkan setiap

manusia telah mengembangkan kapasitas untuk menginterpretasi dan mengkonstruksi realitas. Konstruktivisme ini kerap disebut sebagai proses sosial pengkonstruksikan makna. Sementara itu kriteria kualitas penelitian konstruktivis bersifat *authenticity* dan *reflectivity* yaitu sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial.

Peneliti beranggapan bahwa paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang paling tepat digunakan pada penelitian ini dengan alasan karakteristik penting dari paradigma ini adalah menekankan pada pemaknaan. Peneliti tidak akan meneliti produksi teks, namun hanya sebatas bagaimana informan memahami dan memberi makna pada teks tersebut yang akhirnya menghasilkan suatu 'kebenaran', panduan berperilaku dan 'realita' yang dikonstruksikan oleh informan itu sendiri.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ditujukan untuk memahami realitas yang diteliti dengan pendekatan menyeluruh, dan tidak melakukan pengukuran pada bagian-bagian realitas (Neuman, 1997).

Denzin dan Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bersifat multi metoda dalam fokusnya, menggunakan pendekatan naturalistic interpretif kepada subjek yang diteliti. Ini berarti bahwa penelitian kualitatif mempelajari apapun di dalam setting alamiahnya, dengan berusaha memberikan makna atau menafsirkan fenomena menurut makna yang diberikan orang kepadanya. Penelitian kualitatif meliputi penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris studi kasus, pengalaman personal, introspeksi, riwayat hidup, wawancara, teks, observasional, historis, interaksional, dan visual yang menggambarkan makna dan momen-momen problematis dan rutin dalam kehidupan individu.

Kekuatan pendekatan kualitatif menurut Maxwell (1996) dalam Alwasilah (2002:107-108) antara lain yaitu pemahaman makna. Fokus pada makna yang

sangat mendasar bagi mazhab interpretatif dalam studi ilmu ilmu sosial. Makna yang merujuk pada kognisi, efeksi, instensi dan apa saja yang terpayungi dengan istilah “perspektif partisipan”. Alasan konseptual pokok untuk menggunakan penelitian kualitatif adalah karena dapat diperoleh jawaban mendalam, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan teknik kuantitatif. Alasan konseptual lain, berkaitan dengan sifat penelitian kualitatif itu sendiri dan bagaimana hubungannya dengan proses pengambilan keputusan dalam penelitian.

Berkaitan dengan penelitian ini, yaitu bagaimana individu menginterpretasikan pesan dipelajari dengan metode kualitatif dan *less structured* karena dengan demikian sebuah penelitian kualitatif akan dilihat sebagai suatu yang “*naturalistik, etnografik, dan participatory*” (Kirk dan Miller, 1986:9). Oleh karena itu, studi ini akan berupaya untuk melakukan deskripsi terhadap pemaknaan ILM di kalangan mahasiswa kehutanan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Studi atau penelitian kualitatif bergantung pada pengamatan terhadap sekelompok orang dalam sebuah teritori tertentu. Di sini penelitian akan menggali secara mendalam bagaimana mahasiswa memaknai ILM lingkungan hidup mengenai hutan dan mengekspresikannya dalam komunikasi mereka.

Melalui penggalian lebih dalam atas pertanyaan penelitian yang diajukan sebelumnya, pemilihan pendekatan ini diharapkan mampu memberikan jawaban lebih dalam yang konprehensif atau menyeluruh, bukan hanya bersifat permukaan dan pembuktian teori semata, sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik pengumpulan data tergantung pada data yang ingin dikumpulkan. Dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Data Primer

Data penelitian akan dikumpulkan dengan menggunakan tehnik penelitan lapangan dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan pengamatan terbatas yang merupakan salah satu perangkat

metodologi pendekatan kualitatif. Sebelum dilakukan wawancara, peneliti akan memutarakan ILM yang merupakan objek penelitian untuk memberikan jaminan bahwa informan sudah pernah melihat objek yang diteliti tersebut.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data ini adalah daftar atau panduan pertanyaan penelitian yang dibuat sebelum turun lapangan. Wawancara disini diharapkan tidak sekedar perbincangan, namun menuntut seni pembuatan pertanyaan dan butuh seni mendengarkan jawaban informan. Meski wawancara tidak dianggap sebagai perangkat netral dalam memproduksi realitas penelitian karena jawaban informan dan pemahaman peneliti merupakan jawaban dan pemahaman yang situasional (*situated understanding*) yang pengaruhi berbagai karakter seperti gender, kelas sosial, ras dan kesukuan (Denzin & Lincoln, 2009;495), namun peneliti akan melakukan wawancara terstruktur dengan panduan *interview guide*.

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan tipe wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*) untuk meminimalisasi kesalahan-kesalahan ketika wawancara. Wawancara tipe ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview* yang pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya.

Wawancara yang terjadi dapat berlangsung dengan bebas dimana peneliti dapat menyelidiki, memeriksa, atau menguraikan pertanyaan, sehingga peneliti dapat membuat wawancara yang spontan tapi tetap fokus pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Cara wawancara ini mempunyai kelebihan antara lain seperti efisien waktu dimana peneliti dapat membuat batasan waktu dalam wawancara,

selain itu pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dapat menjadikan acuan bagi setiap informan yang akan diwawancara sehingga wawancara tetap fokus (Patton, 2002:343).

2. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder didapatkan dengan cara pencarian data-data atau berbagai macam tulisan yang dapat dikaitkan dengan penelitian dan permasalahan yang bersumber dari surat kabar, majalah, jurnal, internet, buku-buku yang dapat menunjang data penelitian ini.

3.4. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* atau teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu yang juga disebut dengan *purposive* atau *judgment sampling*, dimana dalam *judgment sampling* didefinisikan peneliti dapat memutuskan apa yang menjadi tujuan atau apa yang peneliti ingin dapatkan dari informan (Patton, 2002:230). Dari *Purposive Sampling* tersebut terdapat beberapa strategi-strategi yang dikemukakan, maka dari itu peneliti memilih strategi *Convenience sampling* yaitu strategi yang dilakukan berdasarkan kemudahan atau tidak menyulitkan peneliti dan dapat dilakukan dengan cepat selain itu dalam konsep ini dikemukakan “*while convenience and cost are real considerations, they should be the last factors to be taken into account*” (Patton, 2002: 241-242), dari konsep tersebut dengan keterbatasan waktu dan dana maka pemilihan strategi ini diharapkan peneliti dapat dengan mudah mendapatkan informan dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Kriteria subjek penelitian adalah mahasiswa/i Strata Satu Fakultas Kehutanan – Institut Pertanian Bogor (IPB). Dengan kriteria tersebut, subjek penelitian diharapkan dapat lebih memahami kondisi hutan di Indonesia saat ini sehingga data yang diperoleh lebih mendalam. Subjek yang diteliti bervariasi dan dibagi menjadi tiga jenis menurut asumsi-asumsi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mahasiswa/i yang memasuki tahun kedua (semester 3 – 4)

Merupakan mahasiswa/i yang baru masuk ke Fakultas Kehutanan karena pada tahun pertama mereka masih berada pada Tahap Persiapan Bersama (TPB). Pada tahap TPB seluruh mahasiswa/i di IPB belum menerima mata kuliah yang berhubungan dengan fakultas yang diambilnya. Pada tahun kedua ini merupakan tahun awal mereka mengenal, menerima, dan mempelajari ilmu pengetahuan kehutanan, maka dapat diasumsikan bahwa pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki masih relatif sedikit.

2. Mahasiswa/i yang memasuki tahun ketiga atau empat (semester 5 – 8)

Mahasiswa/i pada tahun ini sudah memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai ilmu kehutanan lebih mendalam yang diperoleh dari proses perkuliahan dan praktik lapang.

3. Mahasiswa/i yang sudah lulus

Mahasiswa/i yang sudah lulus atau sudah menjadi alumni sudah memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai ilmu kehutanan yang lebih mendalam lagi. Hal ini mereka peroleh dari proses perkuliahan, praktik lapang, dan kegiatan lain diluar proses perkuliahan setelah mereka lulus, seperti pengalaman dalam pekerjaan, mengikuti pelatihan atau *training*, dan kegiatan lainnya.

Mahasiswa kehutanan yang merupakan subjek pada penelitian ini dapat dikatakan sebuah *interpretative community* yang merupakan sebuah grup dimana mereka telah membentuk kesepakatan terhadap beberapa elemen dalam sebuah teks sebagai sesuatu yang lebih signifikan dari yang lain. Dapat dikatakan bahwa komunitas ini yang sangat mengedepankan pemikiran *environmentalis*. Dalam kelompok ini, isu mengenai lingkungan hidup khususnya hutan akan sangat menarik perhatian dibandingkan hal yang berkaitan dengan isu lainnya. Dalam komunitas ini, orang-orang akan membaca sebuah teks sesuai dengan nilai-nilai yang mereka pahami mengenai lingkungan. Karena inilah teks dengan berbagai

macam nilai didalamnya akan sangat bernilai dengan atau jika dibaca oleh komunitas interpretif tersebut.

Objek penelitian yang akan diteliti adalah Iklan Layanan Masyarakat berjudul “Hutan; Sumber Kehidupan Keanekaragaman Hayati” yang merupakan *output* dari Program Pendidikan Lingkungan Hidup KLH. Proses produksi dan distribusi ILM ini dilakukan oleh pihak ketiga sebagai *partner* KLH yang diperoleh dengan cara tender terbuka. ILM ini berdurasi 30 detik menampilkan potongan-potongan *scene* yang menggambarkan bagaimana kerusakan hutan yang terjadi, dampak yang ditimbulkan dan manfaat yang diperoleh dari hutan. Potongan-potongan *scene* tersebut dilengkapi dengan teks-teks untuk dapat lebih memberikan penjelasan.

Alasan peneliti memilih ILM “Hutan; Sumber Kehidupan Keanekaragaman Hayati” karena ILM ini tergolong ILM terbaru yang dibuat oleh Kementerian Lingkungan Hidup yang bertemakan isu kelestarian hutan dimana isu kelestarian hutan pada saat ini membutuhkan perhatian yang semakin intensif. Sebagai pertimbangan banyak hutan Indonesia mengalami kerusakan oleh perambahan penduduk yang membutuhkan lahan, perladangan berpindah, dan pembalakan disamping dari adanya proyek pembangunan seperti transmigrasi, pembuatan jalan, pertambangan, dan perkebunan.

3.5. Pertanyaan yang Diajukan

Daftar pertanyaan yang diajukan dalam wawancara dapat memberikan peneliti gambaran mengenai garis besar konsep dan data penelitian yang dibutuhkan. Pertanyaan tambahan dimungkinkan pada saat wawancara dilakukan bila ternyata peneliti menemukan suatu hal menarik dan dirasa perlu untuk digali lebih dalam.

Secara garis besar, pertanyaan yang akan diajukan antara lain:

1. Apakah anda pernah melihat ILM yang berkaitan dengan lingkungan hidup di televisi?

2. Apakah anda pernah melihat ILM tersebut sebelumnya?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai kondisi lingkungan hidup - khususnya hutan- saat ini?
4. Bagaimana pendapat keseluruhan anda mengenai ILM tersebut? Menarik atau tidak?
5. Jika tidak, menurut anda apa yang dirasa kurang?
6. Manakah dari unsur dari ILM tersebut yang sangat anda sukai -tulisan, gambar atau suara-?
7. Apakah anda mengerti makna atau maksud tema ILM tersebut?
8. Dari ketiga unsur tersebut (tulisan, gambar, dan suara), unsur mana yang sangat menggambarkan maksud dan tema ILM tersebut?
9. Bagaimana komposisi ketiga unsur tersebut menurut anda?
10. Pesan apa yang paling penting dan mudah diingat dari ILM tersebut?
11. Menurut anda, ILM seperti apa yang dapat dikatakan ILM yang baik?
12. ILM seperti apa yang anda inginkan?
13. Apakah anda tertarik untuk menjaga kelestarian hutan setelah melihat ILM tersebut? Faktor apa yang sangat mendorong anda?
14. Menurut anda, apakah ILM tersebut dapat meyakinkan khalayak ramai untuk menjaga kelestarian hutan? Jika ya, khalayak yang seperti apa dan hal apa yang membuat anda yakin?
15. Menurut anda, siapa yang memegang peranan penting dalam menjaga kelestarian hutan?

3.6. Teknik Analisis Data

Data dan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara akan dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode tertentu. Pada mulanya peneliti akan menggunakan metode reduksi yang secara garis besar akan mereduksi

seluruh pernyataan hasil wawancara dan dirumuskan menjadi esensi pengalaman. Dalam reduksi data terdapat beberapa tahap, yaitu pertama, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Kedua, menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data. Catatan disini tidak lain adalah gagasan-gagasan atau ungkapan yang mengarah pada teorisasi berkenaan dengan data yang ditemui atau didapatkan.

Setelah proses reduksi, penelitian akan menyajikan data dengan langkah-langkah atau tahapan mengorganisasikan data yaitu menjalin data yang satu dengan kelompok data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan karena dalam penelitian kualitatif data sangat mungkin bertumpuk. Data kemudian tersaji berupa kelompok-kelompok atau gugusan gugusan yang kemudian saling dikait-kaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan. Setelah itu dilakukan penarikan serta pengujian kesimpulan. Pada tahapan ini peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat.

Lebih lanjut mengenai metode ini peneliti menggunakan analisis kualitatif lain yang dikenal dengan sebutan koding. Peneliti berasumsi mengkodekan akan lebih memudahkan langkah peneliti dalam menganalisis hasil wawancara. Dengan koding peneliti akan menemukan elemen-elemen dari teori representasi sosial yaitu *anchoring* dan *objectivication* yang nantinya akan dapat menggambarkan pemaknaan ILM secara detail.

Neuman menggambarkan bahwa dengan koding peneliti mengembangkan penjelasan atau generalisasi yang mendekati data dan konteks konkrit. Penjelasan cenderung kaya akan detil, sensitif terhadap konteks, dan mampu untuk menunjukkan proses yang kompleks atau urutan kehidupan sosial. Tujuan peneliti adalah untuk mengatur detil spesifik menjadi gambaran, model, atau sekumpulan konsep yang saling terkait, yang koheren.

Langkah-langkah koding dalam Neuman (2006:460-464) yaitu:

1. Konseptualisasi

Membentuk konsep baru atau menghaluskan konsep yang didasarkan pada data yaitu mengenai konsep maskulinitas. Dengan demikian konsep-konsep ini dimaksudkan untuk mengatur data secara keseluruhan. kasus atau yang disebut *casing*.

2. Koding data kualitatif

Peneliti mengatur data mentah ke dalam kategori konseptual dan menciptakan tema atau konsep. Koding merupakan dua kegiatan simultan: mekanik reduksi data dan kategorisasi analitik data. Koding data merupakan pekerjaan yang berat dalam mengurangi sejumlah data mentah yang besar menjadi setumpuk data yang *manageable*, yang terdiri atas *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*.

→ *Open Coding* dilakukan pertama kali melalui data yang telah terkumpul. *Open coding* membawa tema ke permukaan dari dalam data. Seperti yang telah diingatkan oleh Schataman dan Strauss (1973:121), penting untuk peneliti untuk melihat konsep abstrak dalam data konkrit untuk bergerak maju dan mundur antara konsep abstrak dan detil yang spesifik. Hal yang pertama peneliti lakukan adalah dengan menjabarkan hasil transkrip wawancara untuk ditabelkan dan dilabelkan. Peneliti mencari intisari maupun konsep dari jawaban tiap-tiap Informan. Setiap jawaban diberi intisari baru sesuai dengan kategori yang ingin peneliti buat. Intisari yang berupa kalimat pendek ini akan disatukan dengan yang berkategori sama dan diberikan label nama yang baru.

→ *Axial Coding* merupakan “*second pass*” data. (1) Dimulai dengan mengatur sekumpulan kode inisial atau konsep pendahuluan. (2) Fokus pada tema yang telah dikode dari pada fokus pada data. (3) Kode tambahan atau ide-ide baru mungkin muncul pada fase ini. Tambahan ini jelas harus dicatat, tapi tugas utamanya adalah untuk

mereview dan menguji kode inisial. (4) Harus bertanya tentang penyebab dan konsekuensi, kondisi dan interaksi, strategi dan proses, dan mencari kategori atau konsep yang terkumpul. Axial coding tidak hanya merangsang pikiran tentang keterkaitan antara konsep atau tema, tetapi juga menimbulkan pertanyaan baru. Setelah melakukan open coding, sebelum memasukan axial coding, peneliti mengumpulkan jawaban-jawaban Informan yang dinilai sama dan diberi label nama/kategori baru. Agar lebih mudah dalam membantu mengoding, peneliti membuat hierarki koding, yaitu semacam tingkatan yang terdiri dari kategori umum lalu khusus. Hirarki ini sangat membantu peneliti membangun dan mengkonstruksi kategori-kategori kecil menjadi lebih umum. Setelah menyusun kategori-kategori dan membuat hirarki, selanjutnya peneliti akan menggabungkan menjadi sebuah kalimat dan paragraf baru yang dikenal dengan nama selective coding.

→ *Selective Coding* memasuki tahap terakhir dari koding berarti telah menemukan tema besar dari penelitian maskulinitas ini. Selective coding melibatkan pemindaian semua data dan kode-kode sebelumnya. Dimulai setelah mempunyai konsep yang telah berkembang dengan baik dan telah memulai untuk mengatur keseluruhan analisis seputar beberapa inti generalisasi atau ide-ide. Selama selective coding, tema utama atau konsep pada akhirnya menuntun penelitian.

Dikaitkan dengan penggunaan *reception study* dalam penelitian ini, maka peneliti akan mengkaitkan dengan *reception analysis* dalam mengamati data yang diperoleh, baik yang diperoleh selama dalam pelaksanaan wawancara maupun ketika data wawancara telah diperoleh. *Reception Analysis* melihat bagaimana makna, produksi, dan pengalaman dari audiens dalam interpretasinya atas ILM. Memfokuskan kepada proses *decoding*, interpretasi, dan *reading* (membaca) sebagai istilah inti dalam konsep *reception analysis*.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan atau keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan data yang menyebabkan penggambaran proses encoding dan decoding pada tidak mampu dijelaskan secara utuh dan menyeluruh sesuai dengan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Perolehan data penelitian yang terbatas, terutama pada proses *encoding* ILM karena peneliti hanya melakukan satu kali wawancara dengan salah satu staff Kementerian Lingkungan Hidup.
3. Dari sekian banyak ILM mengenai lingkungan hidup, peneliti hanya meneliti salah satu ILM tentang kehutanan.
4. Penelitian ini lebih menekankan pada proses *decoding* dari para khalayak yang merupakan mahasiswa kehutanan.

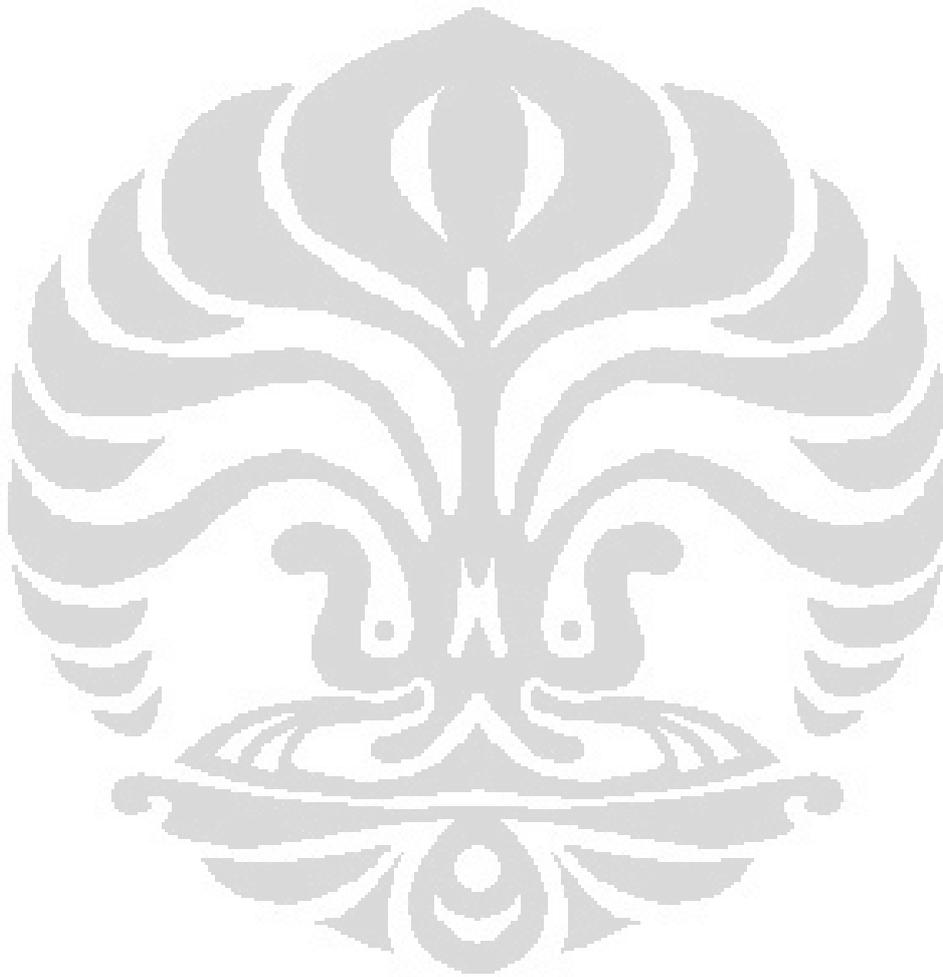
3.8. Kriteria Kualitas Penelitian

Lincoln dan Guba (1986) (dalam Patton, 2002:546) menyatakan bahwa penelitian konstruktivis memerlukan kriteria yang berbeda dengan yang menggunakan ilmu sosial tradisional. Penekanan dilakukan bahwa penelitian naturalis sebaiknya dinilai dengan ketergantungan (*dependability*) sebuah proses sistematis yang akan mengikuti kepercayaan (*trustworthiness*) dan keaslian (*authenticity*) merefleksikan kesadaran perspektif seseorang, menghargai perspektif orang lain serta keadilan dalam melukiskan konstruksi pada nilai yang mendasari mereka. Mereka menawarkan perspektif dan mendukung dialog antar perspektif bukan hanya pada satu kebenaran dan prediksi linear.

Trustworthiness atau kepercayaan atas hasil penelitian, yaitu antara lain yang terkait dengan penelitian ini adalah: (Neuman, 1997: 227)

1. Kredibilitas (Setara dengan internal validity), yaitu sejauh mana bahan dan hasil penelitian dapat dipercaya. Penelitian akan menjadi kredibel bila orang-orang yang terlibat mengakui kebenaran akan temuan-temuan riset dalam konteks sosialnya sendiri. Dalam usaha untuk mencapai kredibilitas peneliti berusaha agar responden mengakui realitas dalam konteks sosialnya masing-masing.
2. Transferability (kemampuan penyampaian atau external validity) atas hasil yang ada, yaitu kemampuan untuk menguraikan hasil temuan secara rinci, memberikan gambaran yang lengkap, pemahaman dan refleksi kontekstual; Serta sejauhmana penelitian dapat digunakan pada konteks yang berbeda. Dalam usaha untuk memenuhi kriteria ini, peneliti berusaha untuk menjelaskan predikat subjek dan objek penelitian agar nantinya bila penelitian ini akan diteruskan lebih lanjut pada komunitas yang berbeda predikat yang melekat tersebut bisa dipertimbangkan kembali.
3. Kebergantungan (*Dependability*) atau realibilitas, yaitu sejauh mana peneliti mampu mengkonseptualisasikan secara benar apa yang diteliti, dan konsistensi peneliti dalam keseluruhan proses penelitian (pengumpulan, analisa, interpretasi data). Agar temua riset dapat dikaitkan, makan temuan tersebut harus konsisten dan akurat. Konteks riset pun harus diuraikan secara detail.
4. *Confirmability* atau koherensi internal. Agar riset dapat dikonfirmasi, peneliti harus mampu menunjukkan bagaimana data terkait dengan sumber datanya, sehingga pembaca dapat menerapkan bahwa kesimpulan dan penafsiran muncul secara langsung dari sumber tersebut. Untuk memenuhi kualitas ini, peneliti mencoba meningkatkan nilai validitas ini dengan mengetengahkan pertanyaan apa adanya dengan kutipan-kutipan langsung dan argumen yang meyakinkan atas interpretasi data.

Peneliti melakukan *confirmability* atau pengecekan ulang terhadap pernyataan informan untuk menjaga kualitas penelitian. Pengecekan ini berlangsung selama pengerjaan koding dan pembahasan pada bab 4.



BAB 4

HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Permasalahan Lingkungan Hidup

Sejalan dengan peningkatan kebutuhan dan perkembangan teknologi manusia, tampak masalah lingkungan menjadi semakin membutuhkan perhatian yang lebih. Masalah lingkungan bukanlah sesuatu yang berdiri sendiri, melainkan sangat erat hubungannya dengan masalah kependudukan dalam konteks penduduk dan pembangunan. Dalam hal ini, kerusakan lingkungan tidak hanya sebagai akibat dari bertambahnya penduduk serta meningkatnya kebutuhan hidup. Terdapat proses lain yang menyertai yang menyebabkan menipisnya sumber daya alam menjadi jauh lebih memprihatinkan.

Ditengah upaya manusia bangkit dari kehancuran tatanan kehidupan akibat perang pasca Perang Dunia ke-II, tepatnya pada tahun 1960-an lahirlah sebuah buku *Silent Spring* karya Rachel Carson. Di dalam buku ini untuk pertama kalinya persoalan kerusakan lingkungan diwacanakan dalam tataran global. Sejak itu, perhatian terhadap persoalan-persoalan lingkungan semakin berkembang dan mendapat perhatian yang kian meluas. Secara terbuka isu, perhatian, dan aktivitas lingkungan ini mulai diperkenalkan secara global sebagai bentuk keprihatinan dari semakin meluasnya permasalahan lingkungan. Masalah lingkungan yang dihadapi saat itu dinilai ini telah mengusik eksistensi bumi sebagai dunia dengan lingkungannya yang lestari, sehingga pada saat itu pemimpin-pemimpin dunia bersepakat untuk memelihara planet bumi.

Masalah lingkungan menjadi isu global sejak diselenggarakannya *United Nations Conference on Human Environment* (UNCHE), atau Konferensi Lingkungan Hidup di Stockholm Swedia, pada tahun 1972. Konferensi ini dilaksanakan pada tanggal 5 -16 Juni dan menghasilkan resolusi monumental, yaitu pembentukan badan khusus PBB untuk masalah lingkungan, yaitu *United Nations Environmental Programme* (UNEP), yang markas besarnya ditetapkan di Nairobi, Kenya.

UNEP merupakan salah satu badan khusus yang dibentuk PBB untuk untuk mengkaji dan membahas lingkungan hidup yang berperan untuk mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas alam sekitar Perserikatan Bangsa-Bangsa dengan membantu negara-negara berkembang melaksanakan kebijakan mengenai alam dan menggalakkan pembangunan berkelanjutan di dunia. Misi UNEP adalah melengkapi kepemimpinan dan mendorong hubungan kerjasama dalam kepedulian terhadap lingkungan melalui pembentukan inspirasi, pemberian informasi yang memungkinkan rakyat dan bangsa untuk memperbaiki kualitas hidup mereka tanpa membahayakan generasi penerus bangsa.

Gambar 4.1. Logo United Nations Environment Programme (UNEP)



Menyikapi kecenderungan semakin menurunnya kualitas lingkungan dan meningkatnya *concern* masyarakat dunia, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyelenggarakan Konferensi tentang Lingkungan Hidup yang dibuka pada 5 Juni 1972 di Stockholm. Konferensi ini menghasilkan deklarasi mengenai manusia dan pembangunan berkelanjutan yang di antaranya menyatakan bahwa seluruh penduduk dunia harus berhati-hati dengan dampak yang diakibatkan oleh tindakannya terhadap lingkungan. Mereka diharapkan menggunakan pengetahuan dan kebijaksanaannya agar dapat hidup dalam lingkungan yang akan mampu menyediakan bahan bagi keperluan hidup manusia. Diharapkan generasi

mendatang akan mewarisi lingkungan yang lebih baik. Keadaan lingkungan seperti yang diharapkan tersebut hanya dapat terwujud bila semua warga dunia dan masyarakat bertanggung jawab dalam mengupayakan terwujudnya tujuan tersebut. Semua bertanggung jawab terhadap bentuk lingkungan mendatang.

Pemerintah bertanggung jawab dalam mengembangkan kebijakan lingkungan dan tindakan dalam kewenangannya. Pada taraf internasional perlu dikembangkan kerja sama agar dapat dihasilkan sumber daya untuk membantu negara-negara berkembang untuk berperan juga dalam menjaga lingkungan yang baik. Dalam deklarasi itu dinyatakan juga kewajiban untuk menjaga sumber daya alam, di antaranya flora dan fauna, dan juga menyatakan kewajiban menjaga kapasitas bumi untuk mampu menghasilkan sumber daya diperbarukan, bila mungkin dipulihkan dan diperbaiki.

Gambar 4.2. Contoh Iklan Memperingati Hari Lingkungan Hidup



Implementasi dari resolusi Stockholm ini yaitu dibentuknya badan khusus yang membidangi permasalahan lingkungan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa yang dikenal dengan *United Nations Environmental Programs (UNEP)* yang

bermarkas di Nairobi, Kenya (Soemarwoto, 1982). UNEP merupakan motor pelaksana komitmen mengenai lingkungan hidup dan telah melahirkan gagasan besar pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development). Dari konferensi itu juga ditetapkan setiap tanggal 5 Juni diperingati sebagai “Hari Lingkungan Hidup Sedunia”.

Problematika lingkungan hidup tidaklah surut setelah Konferensi Stockholm, bahkan semakin parah. Masalah lingkungan hidup terjadi karena perilaku manusia selama ini telah mengubah keteraturan alam. Alam tidak lagi sepenuhnya dapat berkompromi dengan kebutuhan manusia dalam melangsungkan kehidupannya. Sikap dan perilaku tidak bertanggung jawab manusia dengan lingkungannya dapat mudah ditemui di banyak sudut muka bumi. Dapat dikatakan bahwa tidak ada satu negarapun di muka bumi yang terbebas dari masalah lingkungan, kendati dengan kadar dan *magnitude* yang berbeda-beda. Pemanasan global, kepunahan jenis tumbuhan dan satwa, degradasi lahan dan *deforestasi*, meluasnya wabah penyakit, kekeringan dan banjir adalah beberapa wujud reaksi yang diberikan alam atas tindakan pengerusakan yang dilakukan manusia.

Masyarakat negara industri maupun negara yang sedang bergerak ke arah industrialisasi seakan berada pada lingkaran pola hidup konsumtif terhadap sumber bahan baku yang tidak bisa diperbaharui. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan sumber energi yang berasal dari fosil secara boros. Industrialisasi telah meningkatkan indeks pencemaran di banyak tempat yang dampaknya bisa samapai melintasi batas negara. Sementara itu, di pihak yang lain negara miskin lebih sering tidak mempunyai pilihan selain memeras sumber daya alamnya untuk membayar utang luar negerinya.

Menyadari eskalasi masalah lingkungan, satu setengah dasawarsa setelah dicetuskannya resolusi Stockholm, yaitu pada tahun pada tahun 1983 PBB membentuk *World Commission on Environment and Development* (Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembangunan) yang diketuai oleh Ny. Gro Brundtland, Perdana Menteri Norwegia. Komisi ini menyelesaikan tugasnya pada tahun 1987 dengan menerbitkan laporan “*Our Common Future*” yang dikenal

dengan Laporan Brundtland. Komisi ini mengidentifikasi sejumlah gejala global yang mengancam eksistensi bumi (Astawa, 1999).

Tema dari laporan ini adalah *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Komisi ini mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai suatu upaya yang mendorong tercapainya kebutuhan generasi kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Konsep ini menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi tanpa mengorbankan standar lingkungan yang tinggi. Inilah *underlying concept* pembangunan berkelanjutan yang hingga saat ini terus berkembang mengikuti dinamika perubahan. Hasil laporan tersebut di antaranya yang sangat dikhawatirkan adalah rusaknya lapisan ozon, pemanasan global, hujan asam, dan pencemaran air laut oleh bahan berbahaya beracun (B3).

Menurut Chiras -seorang ahli lingkungan PBB- ancaman terhadap existensi bumi itu bisa terjadi karena gejolak filsafat manusia yang diterapkan hingga dewasa ini pada kehidupan nyata (dalam Astawa, 1999), di antaranya:

1. Filsafat *biological imperialism* dan ajaran religi yang menganjurkan beranak pinak tanpa batas. Di Indonesia filsafat ini dikenal dengan istilah “banyak anak, banyak rezeki”
2. Filsafat *I Versus not I* dan tumbuhnya *frontier mentality*. Filsafat ini berdampak pada timbulnya sifat keegoisan manusia terhadap lingkungan sekitarnya
3. Falsafah membangun dengan mengembangkan ilmu dan teknologi yang makin besar dan canggih
4. Falsafah bahwa manusia ada di atas alam dengan kemampuan berfikirnya sendiri dan anggapan bahwa sumber alam di bumi ini berlimpah dan tidak terbatas
5. Falsafah ekonomi yang mengusahakan sebagaimana mungkin agar modal yang dikeluarkan seminimal mungkin untuk meraih keuntungan yang maksimal dalam tempo yang sesingkat mungkin

4.1.1. Isu Kehutanan Global

Sejak Konferensi Stockholm polarisasi di antara kaum *developmentalist* dan *environmentalist* semakin terlihat dan menajam. Isu kehutanan global mulai diwacanakan sekitar tahun 1980-an dan selanjutnya berkembang pesat sejak dilaksanakannya Konferensi Tingkat Tinggi Bumi atau biasa disebut *Earth Summit*. Dalam perkembangannya dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu Pra Konferensi Tingkat Tinggi Bumi, Konferensi Tingkat Tinggi Bumi, dan Pasca Konferensi Tingkat Tinggi Bumi.

4.1.1.1. Pra Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Bumi

Pada awal tahun 1980-an keberadaan hutan tropis mulai diagendakan dalam dialog global. Suatu proses negosiasi yang panjang telah berlangsung di bawah naungan UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*). UNCTAD merupakan organisasi utama PBB yang menangani isu perdagangan, investasi dan pembangunan yang didirikan pada tahun 1969. Hasil dari proses negosiasi ini yaitu teretusnya *International Tropical Timber Agreement* (ITTA) atau Perjanjian Kayu Tropis Internasional. ITTA merupakan perjanjian multilateral tentang komoditas yang diadopsi pada 18 November 1983 di Geneva dan mulai diberlakukan pada 1 April 1985. Implementasinya dibentuklah Organisasi Internasional Kayu Tropis (*International Tropical Timber Organization/ITTO*) pada 1986 yang dilandasi ITTA. Saat ini ITTO beranggotakan 58 negara, yang terdiri dari 33 negara produsen dan 25 negara konsumen. Dalam organisasi ini Indonesia termasuk tiga negara dengan suara terbesar (146) bersama Brazil (159) dan Malaysia (103). Besarnya suara ini antara lain ditentukan oleh luas hutan dan volume ekspor negara anggota.

Fokus kegiatan ITTO adalah pengelolaan hutan berkelanjutan (*Sustainable Forest Management/SFM*). ITTO merupakan forum dialog multilateral untuk menciptakan harmonisasi kebijakan dan panduan guna melestarikan persediaan kayu tropis di pasaran internasional, melalui pelestarian sumber daya hutan tropis. Kegiatan ITTO selama periode 2002-2006 difokuskan

pada enam sasaran sebagaimana tercantum dalam ITTO Yokohama *Action Plan* yaitu:

1. Meningkatkan transparansi pasar kayu internasional
2. Promosi kayu tropis dari hutan yang dikelola secara lestari
3. Mendukung kegiatan untuk pengamanan sumber kayu tropis
4. Meningkatkan pengelolaan hutan berkelanjutan
5. Meningkatkan pengelolaan kayu tropis dari sumber yang lestari
6. Meningkatkan efisiensi industri pengolahan dan pemanfaatan kayu tropis secara lestari.

ITTO telah menerbitkan sejumlah panduan (*policy documents*) untuk meningkatkan pengelolaan hutan tropis dan konservasi hutan, serta memberikan kegiatan kepada negara anggotanya untuk menerapkan panduan tersebut dalam bentuk bantuan proyek. Dana pelaksanaan proyek berasal dari negara-negara konsumen.

Pentingnya keberadaan organisasi ITTO ini tercermin dari adanya proses perpanjangan ITTA 1983 menjadi ITTA 1994. Selanjutnya, ITTA 1994 yang masa berlakunya akan berakhir pada 31 Desember 1996, kini sedang dalam tahap perundingan untuk diperbarui. Proses perpanjangan ITTA 1994 telah dilakukan melalui beberapa pertemuan pendahuluan, dimulai dari Sidang *Preparatory Committee/ PrepCom I* (Panama, Mei 2003), Sidang PrepCom II (Yokohama, November 2003), dan pertemuan *Friends of the Chair on the Negotiations of a Successor Agreement to the ITTA, 1994*" (Interlaken, April 2004).

Pertemuan Interlaken diharapkan dapat memuluskan proses perundingan berikutnya. Hasil Pertemuan Interlaken mengindikasikan adanya tiga masalah utama yang akan menjadi perdebatan dalam proses perundingan berikutnya, yaitu Sidang UNCTAD *for the Negotiation of a Successor Agreement to the ITTA, 1994* (Geneva, Juli 2004). Ketiga masalah tersebut antara lain adalah; (1). ruang lingkup ITTO; (2). struktur organisasi; dan (3). Masalah keuangan. Banyak negara

anggota, khususnya kelompok konsumen yang menghendaki agar ruang lingkup ITTO diperluas. Kelompok konsumen menghendaki agar ITTO tidak hanya menangani kayu tropis, melainkan mencakup pula produk-produk non-kayu hutan tropis serta jasa lingkungan. Dalam struktur organisasi, masalah yang akan menjadi perdebatan adalah pembentukan *executive board*, yang disinyalir dapat mengurangi transparansi pengambilan keputusan (dapat berarti mengambil alih tugas Dewan ITTO). Sedangkan dalam hal keuangan, menyangkut penetapan mekanisme kontribusi sukarela yang akan menjadi perdebatan di antara kelompok produsen dan konsumen. Kondisi keuangan ITTO yang sangat bergantung pada kontribusi sukarela, selama ini sebagian besar (90%) berasal dari Jepang, Swiss dan Amerika Serikat.

4.1.1.2. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Bumi

Dua puluh tahun setelah konferensi lingkungan hidup di Stockholm, atau lima tahun setelah terbitnya Laporan Brundtland, PBB menyelenggarakan *United Nations Conference on Environment and Development* (UNCED) atau Konferensi Khusus tentang Masalah Lingkungan dan Pembangunan atau yang lebih dikenal dengan KTT Bumi (*Earth Summit*) pada 1992 di Rio de Janeiro, Brazil. Jargon “*Think Globally, Act Locally*” merupakan tema KTT Bumi yang menjadi populer untuk mengekspresikan kehendak berlaku ramah terhadap lingkungan. KTT Bumi menekankan pentingnya semangat kebersamaan (multilaterisme) untuk mengatasi berbagai masalah yang ditimbulkan oleh benturan antara upaya-upaya melaksanakan pembangunan (kutub *developmentalist*) dan upaya-upaya melestarikan lingkungan (kutub *environmentalist*).

Pada KTT Bumi ini, pemimpin dunia mengkompromikan rencana-rencana besar yang terkait dengan pembangunan berkelanjutan yang didasarkan atas perlindungan lingkungan hidup, pembangunan ekonomi dan sosial. Kesepakatan tersebut dituangkan dalam tiga dokumen yang secara hukum mengikat (*legally binding*) dan tiga dokumen yang secara hukum tidak mengikat (*non-legally binding*). *Legally binding documents* terdiri dari tiga konvensi, yaitu:

1. *Convention on Biological Diversity* (CBD) atau Konvensi Keanekaragaman Hayati
2. *United Nations Framework Convention on Climate Change* (UNFCCC) atau Konvensi Kerangka PBB tentang Perubahan Iklim
3. *Convention to Combat Desertification* (CCD) atau Konvensi tentang Mengatasi Degradasi Lahan

Non-legally binding documents terdiri dari tiga kesepakatan, yaitu:

1. *Rio Declaration* (Deklarasi Rio) adalah tentang 27 prinsip yang menekankan hubungan antara lingkungan dan pembangunan.
2. *Forest Principles (Authoritative Statement of Principles for a Global Consensus on Management, Conservation, and Sustainable Development of all Types of Forests)* adalah menyatakan pentingnya hutan bagi pembangunan ekonomi, penyerap karbon atmosfer, perlindungan keragaman hayati, dan pengelolaan daerah aliran sungai. *Forest Principles* adalah capaian tertinggi di bidang kehutanan. Usulan penetapan konvensi untuk bidang kehutanan mendapat tantangan dari banyak negara karena terpicu kekhawatiran: hutan tidak dapat lagi dimanfaatkan untuk tujuan komersil.
3. *Agenda 21* adalah rencana komprehensif mengenai program pembangunan berkelanjutan ketika memasuki abad ke-21.

Tindak lanjut penting KTT Bumi adalah pembentukan Komisi Pembangunan Berkelanjutan (*Commission on Sustainable Development/CSD*) berdasarkan resolusi Majelis Umum PBB. Komisi ini diberi mandat untuk memonitor pelaksanaan kesepakatan KTT Bumi, meningkatkan kerjasama internasional dan menyelaraskan pengambilan kebijakan internasional, serta mengkaji kemajuan pelaksanaan *Agenda 21* pada semua tingkatan.

4.1.1.3. Pasca KTT Bumi

Perhatian masyarakat internasional terhadap masalah kehutanan tumbuh dan berkembang sejak KTT Bumi. Komisi Ekonomi dan Sosial PBB (*Economic and Social Commission/ECOSOC*) membentuk Komisi Fungsional, *Intergovernmental Panel on Forests/IPF* (1995-1997). IPF berhasil menyusun 120 Program Aksi (*Proposals for Action/PfA*). Sebagai kelanjutan IPF, telah dibentuk Komisi Fungsional serupa yakni *Intergovernmental Forum on Forests/IFF* (1997-2000) yang diberi mandat melanjutkan tugas IPF menyusun PfA untuk dilaksanakan di tingkat nasional, regional dan global. Dalam sidangnya yang ke-4, IFF berhasil menyusun dan mensahkan 270 PfA, termasuk 120 PfA/IFF.

Pasca proses IPF/IFF, masyarakat internasional dihadapkan kepada permasalahan pengelolaan hutan secara berkelanjutan. Dalam kaitan ini, di bawah kepemimpinan Indonesia sebagai Presiden ECOSOC, pada Oktober 2000 disepakati mekanisme global untuk melanjutkan pembahasan mengenai hutan melalui *International Arrangement on Forests (IAF)*. Mekanisme IAF terdiri dari *United Nations Forum on Forests (UNFF)* dan *Collaborative Partnership on Forests (CPF)*.

Tugas utama UNFF adalah memfasilitasi implementasi IPF/IFF PfA serta melanjutkan dialog mengenai pengelolaan hutan dalam arti luas. Hal penting yang perlu diselesaikan adalah beberapa isu sensitif yang gagal disepakati secara konsensus dalam kerangka IPF/IFF, yaitu masalah *Trade and Environment* dan masalah *Legally Binding Instrument on Forests (LBI)*. LBI selalu menjadi perdebatan politis yang alot antara lain karena bagi sebagian negara LBI menyentuh isu kedaulatan sementara Deklarasi Rio menyatakan bahwa setiap negara memiliki hak untuk memanfaatkan sendiri sumberdaya alamnya. Bagi sebagian negara lainnya, LBI akan mendatangkan manfaat, antara lain berkaitan dengan bantuan pendanaan untuk SFM.

Koordinasi pelaksanaan proposal IPF/IFF dilakukan oleh CPF yang beranggotakan tiga Sekretariat Konvensi Lingkungan Hidup (CBD, CCD, UNFCCC), ITTO, *Center for International Forestry Reserach (CIFOR)*,

International Center for Research in Agroforestry (ICRAF), Food and Agriculture Organization (FAO), United Nations for Development of Economic and Social Affairs (UNDESA), UNEP, United Nations for Development Programme (UNDP), Global Environment Facility (GEF) dan World Bank (Bank Dunia).

Tabel 4.1. Rekapitulasi Sidang UNFF

Sidang ke-	Lokasi, Tahun	Pembahasan
1	New York, 2000	Sidang ini mengadopsi <i>Multi-Year Programme of Work (MYPOW)</i> yang menetapkan program ataupun isu-isu tematik yang akan dibahas pada sidang UNFF kedua
2	New York, 2002	Dibahas enam isu tematik yang pada akhirnya dituangkan dalam Deklarasi Menteri yaitu: <i>Combating deforestation and forest degradation; Forest conservation and protection of unique types of forests and fragile ecosystems; Rehabilitation and conservation strategies for countries with low forest cover; Rehabilitation and restoration of degraded lands; Promotion of natural and planted forests; dan Concepts, terminology and definitions.</i>
3	Geneva, 2003	Membahas tiga isu tematik: <i>Economic Aspect of Forests; Forest Health and Productivity;</i> dan <i>Maintaining Forests Cover to Meet Present Future and Needs.</i> Sidang menyepakati pembentukan <i>Ad Hoc Expert Group on the “consideration with a view to recommending the parameters of a mandate for developing a</i>

Sidang ke-	Lokasi, Tahun	Pembahasan
		<p><i>legal framework on all types of forests</i>” (AHEG PARAM) untuk mengkaji masalah ini. Opsinya mencakup: <i>international convention (legally binding)</i>, <i>forest protocol to CBD</i>, dan <i>non-binding arrangement</i>.</p>
4	Geneva, 2004	<p>Membahas lima isu tematik, yaitu: <i>Traditional forest-related knowledge (TFRK)</i>; <i>Forest-related scientific knowledge (FRSK)</i>; <i>Social and cultural aspects of forests (SCAF)</i>; <i>Monitoring, assessment and reporting, concepts and terminology definitions (MAR)</i>; <i>Criteria and indicators of sustainable forest management (CI)</i>. Progres implementasi proposal oleh setiap negara disampaikan dalam <i>Voluntary National Report</i>. Pada Sidang ini tercatat 25 negara, termasuk Indonesia menyampaikan <i>Voluntary National Report</i> kepada Sekretariat UNFF.</p>
5	New York, 2005	<p>Merupakan <i>high level segment</i> (tingkat Menteri) sangat strategis karena akan menilai hasil kajian komprehensif mengenai implementasi IPF/IFF PfA serta penentuan apakah pembahasan masalah kehutanan global ke depan dalam format <i>international convention (legally binding)</i>, <i>forest protocol to CBD</i>, atau <i>non-binding arrangement</i>.</p>
6	New York, 2006	<p>Pada sidang ini wakil Negara dan lembaga-lembaga menyatakan tekad untuk menuntaskan pekerjaan yang tidak selesai dalam UNFF-5.</p>

Sidang ke-	Lokasi, Tahun	Pembahasan
7	New York, 2007	<p>Indonesia bekerjasama dengan pemerintah Federal Jerman, telah menjadi host pertemuan Country Led Initiative (CLI) di Bali yang bertujuan untuk memfasilitasi perundingan dalam kerangka mempersiapkan pertemuan UNFF yang ke 7. Tujuan khusus adalah untuk menggali, mengelaborasi, dan mengembangkan pemahaman yang komprehensif tentang konsep dan elemen Multi Year Programme of Work (MYPOW), modalitas dan perspektif regional/sub regional dalam memfasilitasi pembahasan, sebagai pertimbangan untuk diadopsi dalam Sidang UNFF ke 7. Terkait dengan <i>Now Legally Binding Instruments</i> (NLBI), para negara anggota sepakat bahwa semangat voluntary tetap dipentingkan. Penekanan instrumen NLBI adalah pada promosi <i>Sustainable Forest Management</i> (SFM), pencapaian Global Objectives on Forests, dan kontribusi kehutanan pada tujuan pembangunan internasional, yang telah disepakati melalui kerjasama di tingkat nasional, regional, dan global. Hal ini dilandasi dengan tetap memperhatikan kedaulatan negara atas sumberdaya alam yang dimiliki serta hak dan kewajiban atas perjanjian yang lain.</p>

Sepuluh tahun setelah KTT Bumi, pencapaian cita-cita Deklarasi Rio dan Agenda 21 masih jauh dari harapan. Oleh karena itu pada 2002 Majelis Umum PBB memutuskan untuk menyelenggarakan *World Summit on Sustainable*

Development (WSSD) atau KTT Pembangunan Berkelanjutan di Johannesburg, Afrika Selatan. WSSD diberi mandat untuk melakukan kajian pelaksanaan Agenda 21, menghidupkan kembali komitmen politik bagi pelaksanaan Agenda 21 di masa mendatang serta menghasilkan dokumen yang *action oriented* dengan target waktu dan cara pelaksanaan yang konkrit.

Antara Rio de Janeiro dan Johannesburg, bangsa-bangsa dunia bertemu dalam sejumlah konferensi utama yang dilaksanakan PBB, termasuk KTT Millennium di New York pada tahun 2000, Konferensi Tingkat Menteri Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization/WTO*) di Doha – Qatar pada tahun 2001, dan Konferensi mengenai Pembiayaan Pembangunan (*International Conference on Financing for Development*) di Monterrey – Mexico pada tahun 2002. Konferensi-konferensi tersebut telah merumuskan visi menyeluruh mengenai masa depan umat manusia.

KTT Millennium menghasilkan *United Millennium Declaration* yang menekankan perlunya langkah dan kebijakan global yang sesuai dengan kebutuhan negara berkembang. Agenda masyarakat global (*Millennium Development Goals/MDGs*) bertujuan untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan waktu yang spesifik. Dari delapan, terdapat tiga agenda yang terkait dengan kehutanan, yaitu: 1) pengurangan setengah jumlah masyarakat miskin dunia; 2) menjaga keberlanjutan kualitas lingkungan; dan 3) pengembangan kemitraan global untuk pembangunan. Lima agenda lainnya adalah: 4) jaminan bahwa setiap anak memperoleh pendidikan dasar; 5) pemajuan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan; 6) pengurangan tingkat kematian anak balita; 7) pengurangan tingkat ibu melahirkan; dan 8) pencegahan meluasnya penyakit HIV/AIDS.

Konferensi Monterrey menghasilkan dokumen utama yang dikenal dengan *Monterrey Consensus*. Melalui konsensus ini para pemimpin negara menyepakati mekanisme pendanaan pembangunan yang dihadapi terutama oleh negara-negara berkembang. Kesepakatan ini mencakup isu-isu mobilisasi dana domestik; menarik arus pendanaan internasional; peran perdagangan internasional sebagai lokomotif pembangunan; kerjasama keuangan dan teknis bagi

pembangunan; pengurangan utang luar negeri dan pendanaan pembayaran utang yang berkelanjutan; dan memperkuat kohesi dan kesinambungan sistem-sistem moneter, keuangan dan perdagangan internasional.

KTT Pembangunan Berkelanjutan (*World Summit on Sustainable Development/WSSD*). Pengelolaan hutan berkelanjutan merupakan salah satu tema penting dalam WSSD. Pengelolaan hutan dimaknai dalam perspektif luas yang mencakup pengelolaan hutan dalam dimensi pembangunan ekonomi, sosial, budaya dan perlindungan lingkungan hidup. Isu sentral yang dibahas adalah, antara lain: menghidupkan kembali komitmen politik pada tingkat paling tinggi mengenai pengelolaan hutan berkelanjutan; peningkatan kontribusi sektor kehutanan dalam upaya pengentasan kemiskinan; peningkatan pertumbuhan ekonomi; peningkatan lapangan kerja; pembangunan pedesaan serta peningkatan kesejahteraan umat manusia.

Peran UNFF dalam WSSD sangat krusial dalam memberikan masukan substantif. Deklarasi Menteri dalam Sidang UNFF ke-2 telah disahkan menjadi *Johannesburg Plan of Implementation* oleh para Kepala Negara dan Pemerintahan. Pada akhirnya WSSD mengadopsi tiga dokumen utama, yaitu:

1. Deklarasi Johannesburg yang menyatakan bahwa setiap negara memikul tanggung jawab dalam pembangunan berkelanjutan dan kemiskinan.
2. Rencana Aksi Johannesburg mengenai pembangunan berkelanjutan (*Johannesburg Plan of Implementation/JPOI*).
3. Program kemitraan (*partnership*) antar pemangku kepentingan dalam melaksanakan pembangunan berkelanjutan

Secara spesifik bidang kehutanan tertuang dalam Rencana Aksi No. 23/para 44 JPOI dengan komitmen: pencapaian SFM, secara nasional dan global, termasuk melalui kemitraan antara pemerintah dan para pemangku kepentingan terkait, termasuk sektor swasta, masyarakat lokal dan adat/asli dan organisasi non pemerintah.

Salah satu isu utama dalam JPOI adalah mengenai kesepakatan untuk meningkatkan penegakan hukum guna mencegah perdagangan ilegal, baik kayu maupun sumber daya hayati hutan, serta bantuan untuk peningkatan kapasitas sumberdaya manusia (SDM) dan kelembagaan di negara-negara berkembang.

Isu lainnya adalah peningkatan kemitraan, dukungan untuk mengembangkan sistem pengelolaan hutan masyarakat, peningkatan kerjasama antara UNFF dengan Sekretariat Konvensi Keanekaragaman Hayati (*Convention on Biological Diversity*). Hal ini dibahas juga pada sidang ke-5 UNFF, yang juga akan meminta semua negara anggota melakukan kajian secara komprehensif terhadap implementasi proposal IPF/IFF.

Mekanisme PBB untuk mengkaji dan menilai pelaksanaan JPOI akan dilakukan melalui Komisi Pembangunan Berkelanjutan PBB (Commission on Sustainable Development (CSD). Program kerja CSD selama kurun waktu 2004-2017 diarahkan untuk mengevaluasi implementasi Agenda 21, *Further Implementation of Agenda 21 (Rio+5)* dan JPOI.

4.1.2. Peran Pemerintah Indonesia

Partisipasi aktif Indonesia pada setiap sidang UNFF adalah cermin konsistensi kita berkomitmen dalam pengelolaan hutan secara berkelanjutan. Seperti yang diketahui, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki hutan tropis terbesar di dunia. Oleh karena itu partisipasi aktif tersebut harus diupayakan dapat berimplikasi pada penggalangan kerjasama dan kemitraan internasional yang lebih luas dan tidak bersifat *donors-driven*.

WSSD telah menghasilkan komitmen pembangunan berkelanjutan tingkat tertinggi secara global dan menempatkan masalah pengelolaan hutan dalam agenda prioritas masyarakat dunia. JPOI yang telah disahkan dan harus diimplementasikan perlu diterjemahkan ke dalam program aksi konkrit dan terinci di tingkat nasional.

Salah satu kewajiban yang telah dipenuhi Indonesia dalam kaitannya dengan implementasi proposal IPF/IFF adalah penyusunan dan penjabarannya ke

dalam National Forest Programme (NFP) serta pelaksanaannya secara konsisten sesuai dengan kebutuhan dan prioritas nasional. Kendati, keberhasilan pelaksanaan NFP masih belum pada titik memuaskan. Upaya kedepan harus diorientasikan pada pencapaian kesepakatan nasional dalam menentukan arah pembangunan kehutanan.

Implementasi proposal IPF/IFF secara berkala akan dikaji dan dinilai melalui mekanisme UNFF. Sidang UNFF ke-4 menyepakati bahwa Sekretariat UNFF akan melakukan assessment global berdasarkan national report dari negara anggota. Indonesia harus menyiapkan national report yang komprehensif untuk disampaikan kepada Sekretariat UNFF sebelum tanggal 31 Oktober 2004. Hasil assessment akan dibahas dalam sidang UNFF ke-5 di New York pada 2005.

Hakekat pembangunan berkelanjutan di bidang kehutanan adalah terselenggaranya pengelolaan hutan berkelanjutan (sustainable forest management/SFM). Dalam konteks ini, masih banyak hal yang harus digarap. Kerjasama lintas sektor yang harmonis adalah kata kunci. Maka, perlu diformulasikan kebijakan kehutanan komprehensif yang memperoleh dukungan multi pihak serta dengan target group yang jelas. Ketersediaan dana untuk melaksanakan SFM telah terindikasi dari empat hal yang menjadi agenda prioritas dalam jangka pendek sebagai berikut:

1. Peningkatan pendapatan domestik
2. Reinvestasi hasil-hasil hutan untuk upaya reforestasi
3. Peningkatan ODA (Overseas Development Assistance) khususnya bantuan hibah
4. Peningkatan sumber keuangan inovatif termasuk dalam kerangka Konvensi Perubahan Iklim dan pembentukan "*global forest fund*".

Dalam rangka tindak lanjut hasil WSSD pada tingkat nasional, Kementerian Lingkungan Hidup pada Januari 2004 telah memelopori pengesahan Kesepakatan Nasional dan Rancang Tindak Program Umum mengenai Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia yang dipilih dan dipilah dari

JPOI. Rancang Tindak yang diharapkan dapat disahkan sebagai Strategi Nasional Pembangunan Berkelanjutan tersebut telah memuat beberapa paragraf yang berkaitan dengan SFM, yakni isu tata ruang, keanekaragaman hayati serta perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Substansi bidang kehutanan pada tiga isu tersebut terinci sebagai berikut:

1. Tata Ruang: Dilakukan dengan upaya mengendalikan keberadaan hutan untuk mempertahankan fungsinya sebagai sistem penyangga kehidupan
2. Keanekaragaman hayati: Dilakukan dengan upaya mengefektifkan upaya konservasi (perlindungan ekosistem penyangga kehidupan, pengawetan plasma nutfah), pemanfaatan peredaran keanekaragaman hayati secara terus menerus serta pemberian sanksi yang tegas pada setiap pelanggaran
3. Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup: Dengan upaya meningkatkan pengelolaan hutan berkelanjutan guna menurunkan kemiskinan, mengurangi penggundulan hutan, menahan punahnya keanekaragaman hayati hutan serta degradasi lahan dan meningkatkan daya dukung sumberdaya alam.

Sebagai negara anggota ITTO dengan *vote* terbesar, Indonesia harus berperan dalam pengambilan keputusan. Dalam Sidang UNCTAD for the Negotiation of a Successor Agreement to the ITTA (Geneva, Juli 2004) Indonesia akan mempertahankan agar ruang lingkup ITTO tetap pada kayu tropis, bukan hutan tropis. Implikasinya: masuknya elemen non kayu dan jasa lingkungan dapat mengurangi bantuan dana negara konsumen terhadap ITTO.

Indonesia perlu meningkatkan manfaat keanggotaannya dalam ITTO dengan mengajukan usulan proyek yang secara konkrit dapat mendukung prioritas pembangunan kehutanan. Hal ini dapat tercapai apabila usulan yang diajukan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan ITTO, disamping melakukan pendekatan kepada negara donor yang potensial. Maka, upaya peningkatan

kemampuan SDM kita dalam menyusun usulan proyek maupun pengelolaan proyek ITTO harus ditingkatkan.

4.1.2.1. Pendidikan Lingkungan Hidup

Melihat berbagai permasalahan lingkungan hidup dan kondisi yang berkaitan dengan pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan yang ada saat ini salah satu upaya yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup adalah menyelenggarakan Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH) sebagai dasar dalam mengembangkan budaya peduli lingkungan. Bentuk upaya tersebut antara lain dengan mengoptimalkan peran komunikasi massa dalam merubah paradigma dan budaya masyarakat untuk lebih peduli pada lingkungan melalui kegiatan kampanye dan sosialisasi sehingga diharapkan dapat terwujud partisipasi aktif dari masyarakat.

Tujuan program PLH yang telah dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup yaitu mendorong dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pada akhirnya program ini diharapkan dapat menumbuhkan kepedulian dan komitmen untuk melindungi, memperbaiki, serta memanfaatkan lingkungan hidup secara bijaksana, turut menciptakan pola perilaku baru yang bersahabat dengan lingkungan hidup, mengembangkan etika lingkungan hidup, dan memperbaiki kualitas lingkungan hidup. Adapun sasaran Pendidikan Lingkungan Hidup yang telah dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup adalah:

1. Terlaksananya Pendidikan Lingkungan Hidup di lapangan sehingga tercipta kepedulian dan komitmen masyarakat dalam melindungi, melestarikan, dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup.
2. Tercakupnya seluruh kelompok masyarakat di seluruh wilayah Indonesia sehingga tujuan PLH bagi rakyat Indonesia dapat tercapai.

Salah satu bentuk *output* dari penyelenggaraan PLH yaitu pembuatan iklan layanan masyarakat dengan tujuan untuk dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya menjaga lingkungan hidup sebagai bagian dari kegiatan kampanye pendidikan lingkungan hidup. Dalam klasifikasi yang dibuat oleh Bitter (1986), iklan layanan masyarakat termasuk ke dalam jenis iklan tanggung jawab sosial. Yaitu iklan yang bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, penerangan, dan pendidikan agar membentuk sikap warga masyarakat sehingga mereka bertanggung jawab terhadap masalah sosial juga kemasyarakatan tertentu. Tanggung jawab ini merupakan bagian dari kewajiban masyarakat secara moral maupun material yang ditunjukkannya dalam aktivitas sosial. Jenis iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bersifat nonprofit, yaitu tidak mencari keuntungan akibat pemasangannya kepada khalayak. Umumnya iklan layanan masyarakat bertujuan memberikan informasi dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dan bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penetapan yang ketat, perancangan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan khalayak sasaran serta pemilihan tempat dan juga waktu yang benar-benar pas (Alo Liliweri, 1992:31).

Sejalan dengan perkembangan bagian di dunia, perkembangan media juga merupakan salah satu bagian yang memberikan kontribusi cukup besar dalam upaya penyebaran informasi sehingga peningkatan kesadaran, perhatian dan menumbuhkan kembangkan opini publik terhadap permasalahan lingkungan. Secara umum dapat dikatakan bahwa perhatian masyarakat dan media massa terhadap isu lingkungan hidup semakin tinggi. Perkembangan teknologi media sebagai bagian teknologi Information Communication Technology (ICT) yang pesat telah menggiring pada suatu paradigma baru yakni pemanfaatan dan peran media menjadi ke arah terkonvergensi. Peralatan media yang semakin canggih memungkinkan untuk menyampaikan suatu pesan melalui kombinasi berbagai jenis media secepatnya dan melampaui wilayah yang jauh sekalipun.

4.2. Hasil Temuan Data

Penelitian ini menggambarkan bagaimana iklan layanan masyarakat dimaknai pembacanya saat dikonsumsi akibat adanya perbedaan latar belakang budaya yang sangat dipengaruhi pengetahuan dan pengalaman si pembaca. Dalam bab ini akan dijabarkan seluruh hasil temuan dalam penelitian.

4.2.1. Deskripsi Obyek Penelitian

Iklan layanan masyarakat (ILM) “HUTAN; Sumber Kehidupan Keanekaragaman Hayati” diproduksi oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) sebagai salah satu bentuk kampanye program Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH). Melalui wawancara yang dilakukan dengan salah satu staff KLH pada 15 Februari 2012 peneliti memperoleh informasi bahwa ILM ini diproduksi bekerja sama dengan pihak ketiga yang didistribusikan melalui media televisi dengan jumlah 80 spot. Penayangan ILM ini dilakukan selama 2 minggu pada November tahun 2011 di 6 stasiun televisi swasta dan pemerintah. Stasiun televisi tersebut adalah tvOne, RCTI, Indosiar, SCTV, anTV dan untuk stasiun televisi milik pemerintah adalah TVRI pusat dan Sorong - Papua untuk penayangan daerah.

Gambar 4.3. Penayangan Logo Kementerian Lingkungan Hidup



4.2.1.1. Pemilihan Media

Iklan Layanan Masyarakat dapat dikomunikasikan melalui beberapa media seperti televisi, radio, media cetak dan sebagainya. Media ini lah yang kemudian membantu ILM dalam mengkomunikasikan isi pesan yang ingin disampaikan dengan tujuan tertentu. Setiap media memiliki kelebihan yang berbeda-beda namun beriklan melalui televisi diyakini mampu menunjang tujuan karena paling efektif.

Menurut hasil wawancara dengan salah satu staff KLH, distribusi ILM dipilih melalui media televisi karena rata-rata penduduk Indonesia memiliki satu televisi di setiap rumahnya sehingga capaian khalayak dapat lebih luas dibanding media yang lain. Dengan kata lain peluang masyarakat untuk melihat ILM tersebut lebih besar. ILM melalui media televisi juga dinilainya lebih menarik karena berupa audio-visual sehingga diharapkan pesan yang ingin disampaikan bisa lebih dimengerti. Hal ini sesuai dengan pernyataan Chaiken dan Eagly (1976) dalam Petty dan Caioppo (1996) yang menyimpulkan bahwa media audio-visual menghasilkan penyerapan terhadap isi pesan lebih baik dibandingkan media cetak. Dengan demikian, pesan yang sederhana akan menghasilkan perubahan sikap lebih besar dalam bentuk audio-visual dibanding dalam bentuk tercetak. Sedangkan apabila pesan tersebut mengandung isi yang kompleks, maka media cetak akan menjadi lebih efektif karena substansi dari pesan tersebut lebih mudah dipahami.

4.2.1.2. Judul dan Target Audiens

Judul “HUTAN; Sumber Kehidupan, Keanekaragaman Hayati” disematkan untuk memberikan gambaran bahwa hutan merupakan sumber kehidupan bagi bukan hanya masyarakat yang berada di wilayah sekitar hutan saja, tapi seluruh warga negara Indonesia yang dimana didalamnya terkandung kekayaan alam yang beranekaragam baik berupa flora maupun fauna. Hal ini mencerminkan bahwa kelestarian seluruh kekayaan dan keanekaragaman hayati yang terdapat di wilayah hutan merupakan tanggung jawab seluruh warga negara. Dapat disimpulkan

bahwa target audiens dari ILM ini adalah seluruh masyarakat, baik individu ataupun kelompok.

Gambar 4.4. Tampilan Judul ILM



4.2.1.3. Tema dan Pesan

Isu kelestarian hutan merupakan salah satu prioritas utama program Pendidikan Lingkungan Hidup. Tema kelestarian hutan diangkat pada ILM ini dengan tujuan agar audiens memahami pentingnya menjaga kelestarian hutan untuk selanjutnya memiliki dorongan ikut melestarikannya. Tema ini dianggap penting karena pada kenyataannya saat ini tingkat kehancuran hutan di Indonesia merupakan yang paling cepat di antara 44 negara yang secara kolektif memiliki 90 persen dari luas hutan dunia dan menempati posisi nomor satu negara perusak hutan di dunia.

Hal tersebut dikuatkan dari pernyataan staff KLH yang menyebutkan bahwa tema dari ILM tersebut adalah menjaga kelestarian hutan. Menurutnya kelestarian hutan saat ini merupakan salah satu isu pokok penting yang termasuk dalam kategori Program Prioritas Kelemnterian Lingkungan Hidup.

Penjabaran tema kelestarian hutan pada ILM disajikan pada tulisan-tulisan yang memuat berbagai pesan secara bergantian satu sama lain dengan durasi masing-masing sekitar 3 – 5 detik. Beberapa pesan yang disajikan memperjelas dan mendukung pesan utama yang ingin disampaikan yaitu “STOP! Perusakan Hutan”. Pesan utama muncul selama 3 detik yaitu pada detik ke 16 – 19. Tulisan yang disajikan antara lain:

Rusaknya Hutan

Adalah Bencana Bagi Kita Semua

STOP! Perusakan Hutan

Cintai Hutan Kita

Akan Memperkokoh Struktur Tanah

Daunnya Menyerap CO_2 Melepas O_2

Gambar 4.5. Pesan Utama ILM



Pesan-pesan tersebut disajikan dengan bantuan gambar untuk memberikan pemahaman dan penjelasan kepada audiens. Gambar yang disajikan adalah keadaan hutan alam yang rimbun sampai kondisi hutan yang rusak saat ini sampai

efeknya terhadap lingkungan sekitar. Di awal *scene* ditampilkan bagaimana “HUTAN” seakan ditebang menggunakan *chainsaw* dan mengeluarkan darah. Tampilan ini dibarengi dengan teriakan burung yang seakan ikut tersakiti akibat kegiatan penebangan tersebut.

4.2.2. Deskripsi Informan

Pada penelitian ini peneliti tidak akan meneliti produksi iklan layanan masyarakat, namun hanya sebatas bagaimana informan memahami dan memberi makna pada ILM tersebut yang akhirnya menghasilkan suatu ‘kebenaran’, panduan berperilaku dan ‘realita’ yang dikonstruksikan oleh informan itu sendiri.

Penelitian yang akan dilakukan secara umum akan membahas bagaimana ILM dimaknai oleh mahasiswa kehutanan serta faktor-faktor yang berperan dan mempengaruhinya. Beberapa pertanyaan tentang perbedaan dalam pemaknaan yang menjadi sub-topik yaitu bagaimana pemaknaan pembaca yang satu dengan yang lain terhadap ide yang ditampilkan dalam ILM, bagaimana pemaknaan pembaca yang satu dengan yang lain terhadap informasi isi pesan dalam ILM, dan mungkinkah ILM didekodekan atau dimaknai berbeda antara pembaca yang satu dengan pembaca yang lainnya dan menimbulkan pemahaman dan sikap yang berbeda pula.

Dari hasil yang diperoleh, secara umum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan berasal dari daerah yang wilayahnya jauh dari lingkungan hutan, terkecuali informan 3. Informan 3 berasal dari wilayah yang disekitarnya masih terdapat banyak hutan karena penduduk di wilayah tersebut masih memanfaatkan hutan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini mempengaruhi latar belakang informan dalam memilih bidang yang akan digelutinya dimana informan 1 dan 2 tidak tertarik sebelumnya dengan bidang kehutanan dan memilih menggeluti bidang kehutanan karena faktor ketidaksengajaan. Berbeda dengan informan 3 yang memang memiliki ketertarikan dengan bidang kehutanan sebelum memutuskan untuk menggeluti bidang kehutanan. Informan 1 dan 3 merupakan mahasiswa yang aktif diberbagai organisasi, hal ini mempengaruhi perilaku dan kebiasaan informan sehari-hari

yang berkaitan dengan perilakunya dalam menjaga kelestarian lingkungan. Berbeda dengan informan 1 dan 3, informan 2 tidak aktif dalam organisasi karena kesibukan kuliah dan mengerjakan tugas.

4.2.2.1. Informan 1

Informan 1 berusia 20 tahun, lahir dan dibesarkan di daerah perkotaan Tangerang – Banten yang jauh dari wilayah hutan. Saat ini informan berkuliah di Fakultas Kehutanan Program Studi Silvikultur yang memasuki semester 4. Informan menganggap masuknya ia ke Fakultas Kehutanan karena faktor ketidaksengajaan karena diterima melalui jalur SPMB (seleksi penerimaan nasional). Sebelum berkuliah informan tidak tertarik sedikitpun dengan bidang kehutanan:

“Belum tertarik bang, belum tau hutan itu gimana, kondisinya seperti apa. Belum punya informasi sedikitpun lah istilahnya”

“Karena terjebak di jalan yang benar, hehhee..”

“Iya bang, saya masuk sini kan SPMB, jadi ya sedikit gambling diterima atau enggaknya, hehhee..”

Informan 1 menyadari bahwa kondisi lingkungan hidup saat ini sudah mengalami kerusakan. Berkaitan dengan hutan, informan 1 berpendapat bahwa saat ini seharusnya hutan sudah rusak dan jumlahnya semakin berkurang akibat eksploitasi besar-besaran akibat konversi lahan hutan menjadi penggunaan lahan lain. Untuk itu rehabilitasi perlu dilakukan untuk menjaga kelestarian hutan:

“Oh iya jadi menurut saya gini ya bang, jadi menurut saya saat ini kondisi hutan perlu adanya mmm udah era rehabilitasi bukan era eksploitasi lagi. Karena kondisi hutan yang kita tau sekarang, seperti hutan-hutan yang ada di Kalimantan Sumatera udah banyak yang dikonversi jadi penggunaan lahan lain. Yang dulunya hutan alam sebagai paru-paru dan penghasil oksigen misalkan, sekarang udah jadi pemukiman soalnya kan jumlah penduduk meningkat, terus juga perkebunan HTI-HTI gitu. Jadi mungkin menurut saya hutan eranya sekarang ini bukan untuk dieksploitasi lagi, tapi udah harus direhabilitasi untuk kembali ke back to nature-lah, hehhehe..banjir gitu...”

Informan 1 merupakan mahasiswa yang aktif mengikuti kegiatan lain diluar jam perkuliahan dengan mengikuti organisasi kemahasiswaan untuk mencari pengalaman, pengetahuan dan ikut berkontribusi dalam menjaga kelestarian hutan. Malah informan 1 memperoleh keuntungan lain berupa materiil dari kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh organisasi tersebut:

“Apa bang?Sempet berkali-kali ikut kegiatan penanaman gitu, terus saya juga ikut aktif di himpunan mahasiswa Tree Growth Community, ikut berbagai kegiatan pemeliharaan hutan juga seperti sebagai relawan membersihkan sampah-sampah, dan banyak lagi bang..”

“Mmm, yang pertama mencari pengalaman mengenai lingkungan hidup dan juga ikut memberikan kontribusilah untuk kelestarian hutan..Selain untuk memperbanyak teman, karena disitu kan kita bisa kumpul sama senior-senior yang sebelumnya ga pernah ketemu, bertukar informasi, berita tentang kegiatan dan pengetahuan kehutanan. Selain itu juga yah saya bisa lebih merasa lebih cinta terhadap kehutanan, kan lebih sering ke hutannya bang..”

“Mmm.. Lebih apa yahh, mmm..dapet uang jajan tambahan juga bang, dari proyek-proyek gitu. Ya walaupun ga gede lumayanlah, kita kan mahasiswa, hehehhee..”

Wawancara dengan informan 1 dilakukan di lingkungan sekitar Departemen Silvikultur yang biasa dijadikan tempat mahasiswa *ngumpul*, mencari informasi dengan memanfaatkan *wi-fi*, berdiskusi atau sekedar bercanda selepas jam kuliah pada Selasa, 24 April 2012 pukul 12.00 – 13.05 WIB. Wawancara yang dilakukan bersifat santai, hal ini terlihat dari jawaban informan yang sesekali menjawab dengan tertawa.

Dalam kesehariannya, informan 1 mengakui memiliki kebiasaan menggunakan kertas bekas untuk mengerjakan tugas kuliahnya. Hal ini ia lakukan karena menurutnya hal sekecil apapun yang dilakukan dalam hubungannya dengan menjaga kelestarian hutan akan memiliki pengaruh di kemudian hari:

“Mmm.. apa yah, ini aja sih bang kaya ngerjain tugas kuliah pake kertas bekas gitu. Kertas bekas yang belum rusak sih, kan bagian

belakangnya masih bisa dipake tuh. Lumayan sih selain ga usah ngeluarin duit buat beli kertas. Ga semua mata kuliah bisa gitu sih bang, tertentu aja. Kadang malah ada dosen yang emang nyaranin pake kertas bekas”

“Efektif banget bang, coba bayangin bukan saya atau kita aja yang pake kertas bekas untuk tugasnya tapi semua mahasiswa. Keliatan kan tuh berapa banyak kertas yang bisa dihemat. Hemat kertas berarti hemat pohon kan bang, hehhee..”

“Ya ga juga sih bang, ga harus jadi contoh juga. Pokonya saya lakuin aja, syukur-syukur ada temen lain yang ngikutin terus jadi makin banyak yang ikutan deh. Kan jadi seneng tuh..”

Wawancara yang direkam berlangsung selama 65 menit tidak termasuk perkenalan dan obrolan santai sebelum dan setelah wawancara berlangsung. Disekitar informan 1 terdapat beberapa teman sekelasnya yang sama sekali tidak mengganggu jalannya wawancara. Informan 1 menjawab dengan namun terdapat beberapa konsep yang kurang dipahami sehingga peneliti harus memberikan penjelasan terlebih dahulu.

4.2.2.2. Informan 2

Informan 2 berusia 22 tahun, lahir dan dibesarkan di kota Pasuruan – Jawa Timur yang wilayahnya jauh dari lingkungan hutan. Saat ini informan berkuliah di Fakultas Kehutanan Program Studi Konservasi Sumber Daya Hutan yang memasuki semester akhir. Informan menganggap masuk dan diterima di Fakultas Kehutanan melalui jalur USMI (undangan seleksi masuk). Karena itu ia menganggap bahwa bidang kehutanan merupakan jalan yang mau tidak mau harus dijalaninya. Informan 2 memiliki hobi *treveling*, karena hobinya ini pula ia yakin untuk memilih bidang kehutanan untuk digeluti:

“Engga, ga kepikiran sama sekali tentang hutan..Iya, setelah masuk kuliah kehutanan..Mau jalan-jalan, hehhee..”

“Iya sih. Awalnya saya ikut USMI IPB milih konservasi sumber daya hutan karena ada rasa penasaran hutan itu seperti apa”

“Alhamdulillah diterima disini..Iya..setelah kuliah ini pengetahuan kita mengenai kehutanan banyak bertambah yang dari awalnya nol sampai seperti ini..”

Informan 2 berpendapat bahwa kerusakan lingkungan memang tidak bisa dihindari karena manajemen pengelolaan yang salah. Menurutnya lingkungan akan tetap lestari apabila pengelolaannya sesuai dengan kebijakan-kebijakan dan peraturan yang sudah ditetapkan Pemerintah:

“Iya, manusia. Sebenarnya sih kalo kerusakan lingkungan itu emang ga bisa dihindari cuma manajemennya aja yang salah, kaya mmm... korupsi, degradasi moral. Sebenarnya kalau semua yang dilakukan sesuai dengan Undang-undang dan kebijakan lainnya sebenarnya bisa berjalan dengan baik gitu.. Cuma ya masalahnya itu tadi..”

Informan 2 merupakan mahasiswi yang tidak begitu aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan karena ia menganggap tidak ada waktu luang. Menurutnya tugas memiliki prioritas yang lebih tinggi dibandingkan mengikuti kegiatan lain diluar perkuliahan dengan mengikuti organisasi:

“Ga begitu aktif sih bang, tapi ikut himpunan mahasiswa emang. Paling ikut kegiatan kalo waktunya kosong, soalnya banyak tugas. Rata-rata tugasnya kan dikasi waktu seminggu, hampir tiap hari juga ada tugas dari masing-masing mata kuliah. Jadi kalo ga kuliah yah dikerjain aja tugasnya deh..”

Wawancara dengan informan 2 dilakukan di lingkungan sekitar Departemen Silvikultur, tidak jauh letaknya dengan tempat wawancara sebelumnya dengan informan 1. Wawancara dilakukan Selasa, 24 April 2012 pukul 14.06 – 14.46 WIB. Wawancara yang dilakukan bersifat agak santai namun terlihat informan 2 tidak terlalu terbuka dan sedikit menjaga jawabannya.

Informan 2 memiliki kebiasaan membuang sampah pada tempatnya sebagai salah satu bentuk andil untuk ikut menjaga lingkungan sekitarnya. Namun ia lebih memilih menghindar dan tidak mencoba untuk menegur apabila melihat temannya yang lain membuang sampah sembarangan. Menurutnya hal yang ia

lakukan tidak efektif karena kebiasaannya hanya dilakukan sebagian kecil oleh mahasiswa yang lain:

“Buang sampah di tempatnya, itu contoh kecil yang gampang loh tapi masih aja banyak yang buang sampah sembarangan. Padahal kan udah banyak disediakan tempat sampah. Disediain tapi ga digunakan kan mubazir”

“Iya tuh bang, yang sering ngeliat sih temen-temen yang ngerokok, udah abunya ditebar dimana-mana eh puntungnya juga dibuang dimana-mana. Padahal asepnnya aja udah ganggu ditambah ngotorin lingkungan lagi”

“Enggak sih, paling ngehindar aja”

“Ya enggak juga sih, efektif itu kan kalo banyak yang udah ngelakuin tindakan yang sama kalo ini kan enggak. Paling dari 10 cuma 2 orang yang buang sampahnya bener di tempat sampah yang udah disediakan”

Wawancara yang direkam berlangsung selama 40 menit karena informan 2 memiliki rencana ke tempat lain pada pukul 15.00. Saat proses wawancara berlangsung informan 2 didampingi satu temannya namun sama sekali tidak mengganggu jalannya wawancara. Pemberian penjelasan yang dilakukan sebelumnya agar memberikan pemahaman kepada informan 2 terhadap penelitian yang dilakukan.

4.2.2.3. Informan 3

Informan 3 berusia 23 tahun, lahir dan dibesarkan di sebuah pedesaan yang wilayahnya masih terdapat banyak hutan yaitu Garut – Jawa Barat. Saat ini informan berstatus alumni karena sudah menyelesaikan studi sarjananya di Fakultas Kehutanan, Program Studi Silvikultur. Informan 3 sudah tertarik dengan bidang kehutanan sebelum ia diterima di Fakultas Kehutanan namun tidak terfikir sebelumnya untuk menggeluti bidang kehutanan. Setelah menyelesaikan studi sarjananya ia merasa bidang kehutanan sesuai dan ingin melanjutkan ke jenjang selanjutnya:

“Mmm.. Kalo yang dekat rumah sih banyak bukit-bukit dan kebun gitu, seperti desa umumnya deh.. Kebun-kebun itu yang ngelola masyarakat sendiri karena ya memang punya mereka jadi banyak dicampur tanaman pertanian..”

“Agak ke belakang lagi sedikit sih ada hutan di belakang rumah, hutan campuran gitu deh karena diseling ama tanaman atau pohon-pohonan yang memang dibutuhin untuk sehari-hari..”

“Iya dong, sejuk..”

“Ya tertarik, tapi ga kepikir bakal jadi mahasiswa kehutanan.hahhaa.. Suka alam aja sih sebenarnya..”

“Ga juga sih, kelempar gitu sebenarnya. Tapi setelah kelempar ya jadi tertarik dan ingin memperdalam. Nanti rencananya mau ngambil S-2 juga biar lebih banyak ilmu kehutanan yang diperoleh”

Informan 3 berpendapat bahwa lingkungan hidup saat ini memang sudah mengalami kerusakan yang dapat ditunjukkan dari terjadinya bencana banjir dan longsor pada saat musim penghujan disamping dirasakannya iklim yang sudah mengalami perubahan. Hal ini disebabkan akibat konversi lahan hutan, kebakaran hutan, *illegal logging*, dan lain-lain. Menurutnya manusialah sebagai faktor utama perusak hutan dan lingkungan hidup:

“Lingkungan hidup kita udah rusak, hal ini bisa ditunjukin dengan adanya banjir dan longsor pada saat musim hujan sama perubahan iklim yang bisa kita rasain sekarang lah. Hal ini pasti terkait dengan rusaknya hutan kita juga, degradasi dan deforestasi hutan akibat konversi lahan, ilegal logging, kebakaran, dan lainnya bisa langsung nyebabin banjir gitu”

“Manusia, sebagai pemanfaat dan pengelola lingkungan hidup tersebut..Yaaaa...karena ujung-ujungnya penyebab kerusakannya si manusia itu bisa sengaja atau ga sengaja, maka butuh pembentukan persepsi dan sugesti kepada masyarakat kalo lingkungan hidup rusak, manusia juga yang ngerasain kerugiannya”

Informan 3 merupakan mahasiswi yang aktif di berbagai organisasi kemahasiswaan di luar jam perkuliahan, baik organisasi yang berhubungan langsung dengan bidang kehutanan (himpunan mahasiswa) maupun yang tidak berhubungan langsung. Informan 3 memiliki kebiasaan membuang sampah pada

tempatny sampai-sampai ia tidak ragu untuk menyimpan sementara sampah yang ia miliki sampai di tas atau kantungnya jika disekitarnya tidak ada tempat sampah:

“Mmm apa yah, banyak sih. Kaya ikut kegiatan penanaman gitu. Sering juga ikut kepanitiaan-kepanitaan kegiatan pelatihan atau seminar-seminar gitu yang pesertanya itu masyarakat di desa sekitar hutan. Disitu kita jelasin deh manfaatnya kalo ikut menjaga hutan itu apa aja keuntungannya, supaya mereka ngerti kali hutan itu harus dijaga biar lestari”

“Cari pengalaman sih sama memperluas link. Dari kegiatan itu kan kita bisa lebih banyak ketemu orang jadi banyak pengalaman dan pengetahuan yang bisa diambil deh”

“Gw sih suka buang sampah ga sembarangan, sampe-sampe kalo ga ada tempat sampah ditaro dulu di tas atau dikantong sampahnya. Baru nanti kalo udah ketemu tempat sampah dibuang deh. Sampah yang kecil gitu ya, kaya bungkus permen gitu. Kalo sampah lain yang kira-kira ga muat di kantong ya bela-belain cari tempat sampah. Pasti ada kok, ga mungkin ga ada deh tempat sampah”

“Efektif dong, harus efektif. Kalo ga efektif ya ga usah dilakuin, hahhaa..”

Wawancara dengan informan 3 dilakukan di sebuah café Taman Koleksi yang berada di lingkungan kampus IPB Baranangsiang. Wawancara dilakukan Sabtu, 28 April 2012 pukul 15.13 – 16.44 WIB. Wawancara yang dilakukan bersifat santai karena peneliti dan informan sudah mengenal satu sama lain.

Wawancara yang direkam berlangsung selama 71 menit tidak termasuk perkenalan dan obrolan santai sebelum dan setelah wawancara berlangsung. Sebelum proses wawancara berlangsung peneliti memberikan sedikit penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan via email kepada informan 3.

4.2.3. Pemaknaan Iklan Layanan Masyarakat

Sebuah iklan layanan masyarakat merupakan sebuah teks berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (*sign*) dan saling terhubung. Dalam memahami teks dan untuk bisa membacanya diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda dan strukturnya. Memahami atau decoding pesan-pesan tersebut

membutuhkan pengetahuan terhadap konvensi dalam medium yang digunakan dan pengetahuan terhadap budaya yang sedang bekerja.

Seperti yang dikemukakan Baran & Davis bahwa setiap orang mempunyai kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar belakang budaya mereka. Disini audiens memasukkan pengertian-pengertian mereka sendiri ke dalam proses pembacaan teks. Jadi, interpretasi teks tergantung kepada tampungan dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial.

Berkaitan dengan ILM yang diteliti ketiga informan mengaku belum pernah melihat ILM tersebut sebelumnya. Kesan pertama yang diterima ketiga informan berbeda-beda dan hanya informan 1 yang merasa tertarik dengan ILM yang diteliti. Menurutnya ILM tersebut menarik karena menyajikan gambaran kondisi hutan saat ini dan banyak pesan yang disampaikan kepada audiens. Suara latar merupakan unsur yang paling menarik menurut informan 1:

“Ya baru pertama kali lihat sih. Kalau kesan pertamanya iklan ini seperti memberikan kita pesan-pesan kecuali yang awalnya yang seperti ada suara kaya ledakan gitu “daarr” terus digambarkan tulisan hutan yang dipotong tengahnya sampai ngeluarin darah terus di latarnya ada gambar kebakaran hutan”

“Iklan layanan masyarakat yang tadi ya, bagus sih menurut saya. Maksudnya mmm dari yang pembukaannya itu udah ngasi gambaran hutan itu keadaannya kaya gini loh, ada pengrusakkan, penebangan yang semuanya digambarkan dengan tulisan-tulisan yang di foto. Kebakaran hutan juga, terus dari situ juga ada yang dijelaskan tentang fungsi-fungsi hutan ada penyerap CO2 dan penghasil O2. Jadi ada kesan yang nempel gitu”

“Iya, tertarik sama suaranya, apalagi suara ledakan pas awalnya openingnya itu. Jadi ngebuat kita penasaran selanjutnya bagaimana” - informan 1

Sangat berbeda dengan informan 1, informan 2 tidak merasa tertarik dengan ILM yang diteliti karena unsur musik latar yang mengganggu. Menurutnya musik pada ILM tersebut terlalu berlebihan sehingga menimbulkan kesan ‘seram’. Informan 2 berpendapat pesan yang disajikannya terlalu sedikit,

yaitu hanya sebatas cintai lingkungan saja. Informan 2 tidak menyukai suara latar ILM tersebut dan merasa tertarik dengan gambar yang disajikan:

“Ooo, iya ya..hahhaa..Belum, ga’ tau..Mungkin ditayanginnya bukan jam primer..”

“Iya ga menarik, soalnya suara musiknya serem. Terlalu ekstrim gitu musiknya, sama penempatan logo yang terakhir terlalu lama..ngabisin durasi..jadi ini kaya cuma ngasi informasi aja iklannya”

“Yang kurang itu..kayanya pesannya kurang deh, kayanya pesannya tadi cuma cintai lingkungan gitu aja ya..”

“Gambarnya, soalnya banyak gambar-gambar yang menarik, dibandingin suaranya ya. Ga suka sama suaranya soalnya..”

“Kaya tadi ada gambar tangan memegang bibit pohon sama yang lain-lainnya juga menarik, jadi tertarik sih dari lihat gambarnya”

“Iya, warnanya itu yang bikin menarik, sama perpindahan gambarnya satu ke yang lain bikin kita tertarik” – informan 2

Senada dengan informan 2, informan 3 juga belum pernah melihat ILM tersebut dan tidak memiliki ketertarikan setelah melihatnya, malah kesan pertama yang diperoleh adalah *“seperti slideshow”* bermusik latar ‘seram’. Menurutnya ILM tersebut terlalu ramai dan tidak jelas. Seperti informan 2, informan 3 juga tidak menyukai suara latar pada ILM tersebut:

“Belum, belum pernah liat”

“Ga menarik, terlalu rame dan ga jelas. Malah ga nyampe pesannya. Apalagi kalo sampe ditayangin di televisi. Paling tanggapan pertama kali pemirsa liat pasti bilang ‘apaan sih tadi iklannya?’”

“Apa dong ya?! Hmm kayanya jangan dibuat kaya slideshow gitu deh, ga ngerti jadinya”

“Iya, kaya slideshow, hehhee.. Pesannya bakal nyampe kalo iklan itu ditayangin di kelas, trus dosennya suruh tonton dan bakal ditanyain tentang apa nanti di ujian, hahaha..”

“Yang mending sih kolaborasi gambar sama suaranya”

“Gambarnya sih.. Agak menarik lah dibanding suara atau tulisannya tadi. Ga jelas.. Iya, kaget tapi ga jelas, Secara keseluruhan suaranya ga selaras atau malah menutupi maksud intinya.. Kita malah fokus ama suaranya yang ganggu itu, jadi ga konsen liat iklannya, ya ga nyampe deh pesannya”– informan 3

Dari hasil yang diperoleh, secara umum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan berasal dari daerah yang wilayahnya jauh dari lingkungan hutan, terkecuali informan 3. Informan 3 berasal dari wilayah yang disekitarnya masih terdapat banyak hutan karena penduduk di wilayah tersebut masih memanfaatkan hutan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini mempengaruhi latar belakang informan dalam memilih bidang yang akan digelutinya dimana informan 1 dan 2 tidak tertarik sebelumnya dengan bidang kehutanan dan memilih menggeluti bidang kehutanan karena faktor ketidaksengajaan. Berbeda dengan informan 3 yang memang memiliki ketertarikan dengan bidang kehutanan sebelum memutuskan untuk menggeluti bidang kehutanan. Informan 1 dan 3 merupakan mahasiswa yang aktif diberbagai organisasi, hal ini mempengaruhi perilaku dan kebiasaan informan sehari-hari yang berkaitan dengan perilakunya dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Berbeda dengan informan 1 dan 3, informan 2 tidak aktif dalam organisasi karena kesibukan kuliah dan mengerjakan tugas. Dapat disimpulkan juga bahwa ILM yang diteliti tidak menarik, hanya informan 1 yang memiliki ketertarikan dengan ILM tersebut.

4.2.3.1. Tema dan Pesan dalam ILM

Sebagian besar informan memaknai tema yang disampaikan pada ILM yang diteliti adalah mengenai kelestarian hutan. Hal ini dapat mereka peroleh dari keseluruhan gambar dan tulisan yang disajikan. Dari kedua unsur itu mereka dapat mengambil kesimpulan berkaitan dengan tema ILM tersebut. Namun menurut informan 3, tema ILM akan sulit dimengerti jika ILM tersebut dikonsumsi oleh audiens umum. Ia menilai audiens umum tidak akan memperoleh penjelasan mengenai tema apa yang sebenarnya disampaikan oleh pihak produsen karena tidak ada sesuatu yang bisa diambil dari ILM tersebut.

Berkaitan dengan pesan dalam ILM, menurut ketiga informan pesan yang ingin disampaikan dalam ILM dapat dimengerti dari unsur tulisan yang disajikan dalam ILM. Unsur tulisan sangat kuat dalam memuat pesan apa yang ingin

disampaikan. Unsur gambar dinilai juga ikut memberikan gambaran untuk memperjelas tulisan tersebut sehingga dapat diperoleh gambaran sesungguhnya mengenai kondisi hutan secara nyata. Kombinasi kedua unsur ini membuat pesan dapat mudah untuk dimengerti pembacanya.

Makna tema yang ditangkap informan 1 adalah pentingnya menjaga kelestarian hutan dimana makna ini ia peroleh dari tulisan yang disajikan. Dari tema ini menurutnya pesan utama yang disampaikan adalah “STOP! Perusakan Hutan”. Pesan utama ini dapat dilihat dalam unsur tulisan yang disajikan. Namun informan 1 berpendapat bahwa durasi pergantian tulisan terlalu cepat sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi kurang agak kurang jelas namun tetap tersampaikan karena pesan yang mudah dimengerti dari unsur tulisan yang disajikan. Menurutnya, unsur tulisan merupakan unsur terpenting disamping unsur gambar dan suara karena pesan dalam ILM dapat mudah dimengerti oleh audiens secara umum dari unsur tersebut:

“Mmm, tulisannya itu. Pergantian tulisannya dari yang satu ke yang lain agak terlalu cepat durasinya, jadi agak kurang jelas atau gak harus bener-bener fokus nonton iklannya biar bener-bener ngerti kitanya bang”

“Mmm, pesannya itu terlihat dari tulisannya tadi bang. Kan ada tadi tuh “STOP! Perusakan Hutan”. Ya dari situ keliatan pesannya apa”

“Ya, dari tulisannya kan kita ngelihat penjelasan kondisi hutan sekarang tuh seperti gitu loh. Jelaslah setelah kita baca tulisannya”

“Maknanya itu digambarkan kondisi hutan dari awalnya, terus setelah itu masuk dari manfaat hutan itu sendiri gitu. Sampai terakhir hutan digambarkan rusak dan itu memang menggambarkan kondisi hutan yang ada saat ini”

“Mm.. Tetep ngerti sih bang, ngerti sama pesan sama makna iklan tadi. Soalnya keliatan dan dijelasin di tulisan-tulisan tadi. Ya kecuali masyarakat yang nontonnya ga bisa baca bang, hehhee..”

“Iya bang, tulisannya yang paling bantu buat kita ngerti tentang iklan tadi. Kalau ga bisa huruf ya ga bisa berarti” – informan 1

Gambar 4.6. Contoh Kombinasi Unsur Tulisan dan Gambar dalam ILM



Makna tema atau ide yang ditangkap oleh informan 2 adalah kelestarian hutan yang diperoleh dari disajikannya fungsi-fungsi hutan yang diperoleh dari unsur gambar dalam ILM. Informan 2 hanya merasa tertarik dengan unsur gambar pada ILM yang diteliti karena perpaduan warna dan transisi dari satu gambar ke gambar yang lain. Perpaduan warna dan transisi ini dinilai dapat menarik audiens untuk tetap mengkonsumsi ILM sampai selesai. Unsur gambar inilah menurutnya yang sangat berpengaruh terhadap ketertarikan audiens. Informan 2 menyetujui pesan yang coba disampaikan pihak produsen ILM namun menurutnya pesan yang disajikan kurang kuantitasnya:

“Iya, warnanya itu yang bikin menarik, sama perpindahan gambarnya satu ke yang lain bikin kita tertarik”

“Mmm, makna ya..maknanya menyajikan informasi mengenai fungsi hutan udah sih itu. Tapi dari informasi itu secara langsung dan gak langsung ngajak yang ngeliat ILM tadi untuk menjaga hutan.. Soalnya dari gambar tadi bisa keliatan gimana tadi hutan yang bagus sama yang rusak, fungsi masing-masing, kaya pohon yang menyerap CO2..ada gambar daun, tanah, pokonya ya gambarnya..”

“Yang kurang itu..kayanya pesannya kurang deh, kayanya pesannya tadi cuma cintai lingkungan gitu aja ya..”

“Gambar sama tulisannya udah pas sih, cuma logo yang terakhir itu terlalu ngabisin durasi..sayang tiga detik habis cuma untuk logo aja. Harusnya bisa lebih kecil aja dan durasinya dipersempit atau dibarengin dengan informasi lain”

Makna tema yang ditangkap oleh informan 3 yaitu penyajian mengenai fungsi ekologis hutan yang diperoleh dari unsur gambar dan tulisan dimana masing-masing unsur saling memperjelas unsur yang lain. Namun menurutnya tema tersebut tidak dapat ditangkap dengan jelas karena ILM hanya menyajikan gambaran kondisi hutan saat ini. Pesan utama yang diterima informan 3 adalah jagalah hutan karena banyak fungsi yang bisa diberikan. Pesan ini dapat dimengerti dari tulisan yang disajikan. Namun menurutnya audiens awam tidak akan dapat mengerti dengan jelas pesan yang coba disampaikan oleh pihak produsen karena ia menilai audiens akan mengalami kesulitan memahami karena ILM yang dibuat tidak menarik:

“Hmm.. jagalah hutan kita karena memberikan banyak fungsi..”

“Yang mencerminkan maknanya sih gambar dan tulisannya. Bisa dilihat disitu, kayak ini gambarnya dan tulisan itu penjelasannya. Suaranya tapi berlebihan, hehhee..”

“Iya, kaget tapi ga jelas, Secara keseluruhan suaranya ga selaras atau malah menutupi maksud intinya..”

“Jagalah hutan karena manfaatnya sangat banyak bagi manusia”

“Mmm.. tulisan sih ya, tapi gambar juga berpengaruh sih. Tapi ya kalo gambar doang ga pake tulisan sih ga bakal jelas juga maksud pesannya”

“Kalo dari iklannya sih pesannya ga nyampe, ya jadi ga tergerak. Gw lebih tergerak dan setuju sama iklannya karena gw dari kehutanan. Karena udah ngerti dan paham kalo jaga hutan itu penting. Hmm.. Paling cuma sekedar ngingetin aja” - informan 3

4.2.3.2. Sifat persuasif dan Target Audiens ILM

Menurut ketiga informan ILM yang diteliti memiliki kemungkinan yang kecil dalam mempersuasi audiens untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian lingkungan atau hutan karena audiens tidak memiliki gambaran apa yang harus

dilakukannya. Dalam ILM yang diteliti, audiens dinilai hanya disajikan informasi mengenai kondisi hutan saat ini yang membutuhkan perhatian tanpa dijelaskan bagaimana dan tindakan seperti apa yang dapat dan harus dilakukan. Walaupun demikian, mereka menilai bahwa ILM merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Ketiga informan menyetujui bahwa media televisi merupakan media yang paling efektif dalam mendistribusikan ILM. Karena jangkauan yang luas sehingga dapat mencapai masyarakat yang wilayahnya berada di pelosok manapun.

Segmen target ILM yang diteliti menurut informan 1 adalah masyarakat umum khususnya yang berada di sekitar hutan (masyarakat desa sekitar hutan). Menurut informan 1 pesan yang disajikan tetap dimengerti walaupun dikonsumsi oleh audiens “non kehutanan” karena terlihat jelas dalam tulisan yang disajikan namun mengenai ILM yang diteliti informan 1 menyatakan bahwa audiens hanya mengerti pesan yang disampaikan dan tidak sampai terpersuasi untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian hutan karena tidak memiliki gambaran apa yang harus dilakukannya karena audiens hanya memperoleh informasi mengenai kondisi hutan saja. Informan 1 berpendapat bahwa ILM harus bersifat aplikatif sehingga terlihat perlunya partisipasi aktif dari masyarakat. Informan 1 berpendapat bahwa media televisi merupakan media yang paling efektif karena memiliki kesan lebih menarik dibandingkan media lainnya:

“Oh iya, iya masyarakat sekitar hutan, hehehhee.. Tapi sebenarnya khalayak umum juga bisa sih, mungkin prioritasnya ya masyarakat yang letaknya di sekitar hutan”

“Menurut saya masyarakat umum yang nonton iklan tadi cuma sampe batas cukup tau aja tentang kondisi hutannya saat ini itu begitu, udah sampe situ.. Soalnya kita ga tau apa yang harus kita perbuat itu apa, seperti apa. Tadi kan di iklannya cuma dipaparin begini loh kondisi hutan kita sekarang, manfaat hutan itu seperti apa aja terus kita ngapain?Nah gitu bang”

“Ya harusnya iklannya disertain himbauan-himbauannya, ngejelasin lah kita harus bagaimana. Itu nyambungin ILM yang baik tadi seperti apa bang. Ada langkah-langkah apa sih yang harus dilakuin setelah iklan tadi ditonton, kaya gitu deh”

“Lebih ke arah pengetahuan aja, ILM tadi lebih kesitu. Gini loh hutan tuh, manfaatnya seperti ini, kondisinya seperti ini. Tapi ya

balik lagi ke yang tadi itu, belum ada anjuran kita ngapain-ngapainnya”

“Yang seperti ini bang, yang di media televisi. Soalnya lebih eye-catching..Iya bang, lebih menarik yang seperti ini di televisi. Ada gambar, tulisan sama suara latarnya itu kan bikin lebih bagus”

“Iya bang. Selain itu jumlah yang liat itu juga sih bisa lebih banyak. Sekarang kan hampir semua rumah ada tv, malah ada yang sampe 4 tv satu rumah, yang ditaro di tiap-tiap kamar gitu. Lebih tinggi jadi kesempatan ada yang lihat iklannya bang” – informan 1

Informan 2 berpendapat bahwa target audiens dari dari ILM yang diteliti adalah masyarakat luas yang mengkonsumsi iklan tersebut, terutama masyarakat yang berada di sekitar hutan. Menurutnya, pesan yang disajikan tetap dimengerti oleh audiens “non kehutanan” karena dapat dilihat jelas dari tulisan-tulisan yang disajikan. Mengenai ILM yang baik, menurutnya informan 2 ILM harus bersifat persuasif, salah satunya dengan cara menyajikan perbedaan dari cara pengelolaan hutan yang baik dan buruk sehingga terlihat perbedaan antara keduanya. Setelah melihat ILM tersebut informan 2 menyatakan bahwa ia merasa ter-persuasi untuk menjaga lingkungan atau hutan karena seakan ia menjadi teringat mengenai pentingnya menjaga kelestarian hutan untuk kehidupan:

“Ya masyarakat luas yang mengkonsumsi iklan ini sih, terutama masyarakat sekitar hutan..karena mereka dekat dengan hutan”

“Ya karena mahasiswa kehutanan. Kan karena ini sih, pengetahuan kita tentang kehutanan ya maksudnya udah banyak..jadi adanya iklan itu juga jadi kaya reminder kita untuk menjaga hutan atau lingkungan”

“Tetep tersampaikan kok, kan tadi ada tulisan-tulisannya gitu tentang hutan, apa..apa.. Tulisan itu sih yang ngebantu banget buat ngerti tentang iklannya, tapi yak cuma sampai situ” informan 2

Pesan memang tersampaikan, namun menurut informan 2 audiens awam yang menonton ILM tersebut tidak akan terpersuasi untuk dapat menerapkan pesan yang diterimanya karena ILM tersebut hanya memberikan informasi mengenai kondisi hutan saat ini tanpa memberikan petunjuk apa yang harus dilakukannya:

“Mmm, tergerak ga ya. Kayanya engga deh, engga juga. Mereka cuma dapet informasi kalau hutan rusak, hanya sebatas awareness.. Jadi ya masyarakat cuma tau kalo kondisi hutan sekarang tuh seperti ini, stop disitu. Sama sekali ga tergerak buat menjaga hutan. Soalnya diiklan tadi kan cuma dikasi informasi kalo hutan itu gini-gini, gitu-gitu tanpa dikasi tau apa yang harus dilakukan”

“Paling cuma stop pngrusakkan hutan, itu aja. Mereka ga tau apa yang harus dilakuin, step-stepnya gitu atau apa kek kayak menanam pohon yang baik itu gimana atau apalah yang bentuknya sebuah tindakan atau kegiatan. Jadi intinya masyarakat tadi hanya nonton, terus diberi tahu kondisi hutan saat ini”

“Kayanya iklan di tv deh, lebih banyak orang yang lihat dibanding iklan di Koran ataupun poster. Kalo Koran kan ga semua wilayah ada koran, ada juga yang korannya terbit hari senin eh baru masuk ke wilayah itu empat atau sampai seminggu kemudian. Kebanyakan kan masyarakat punya tv walaupun di daerah terpencil. Setidaknya ada satu di kantor kelurahan atau kecamatan mungkin. Tapi pemutaran iklannya tadi ya harus di waktu yang strategis, gak jam sebelas malam juga. Sama aja nanti ga ada yang lihat” – informan 2

Menurut informan 3 segmen target audiens dari ILM yang diteliti adalah seluruh lapisan masyarakat. ILM yang ringan dan *simple* merupakan ILM yang baik bagi informan 3 agar mudah dimengerti. Berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan informan 3 menilai pesan yang diterima tidak jelas karena memang tidak ada pesan yang dia tangkap. Informan 3 menilai ILM yang diproduksi membingungkan karena tidak dapat fokus antara melihat gambar, tulisan atau mendengar suara yang dianggapnya mengganggu. Sehingga menurutnya ILM yang diteliti memiliki kemungkinan yang kecil untuk dapat mempersuasi audiens agar masyarakat ikut andil menjaga kelestarian hutan sangat karena ILM tersebut tidak dapat dimengerti dengan jelas. Namun ia tetap optimis jika ILM merupakan salah satu cara untuk dapat membuat masyarakat tergerak menjaga lingkungannya:

“Yaa orang kebanyakan udah tau klo jaga hutan itu penting. Jadi kalo liat iklan itu ya sekedar "oh, ok.. udah sering denger kok”

“Mmm.. itu bisa jadi salah satu cara sih, tapi bukan ILM yang di design asal-asalan. Ampuh kok kalo di design dengan bener, ditayangin di waktu yang tepat juga ya..”

“Langsung tergerak sih engga, tapi bisalah untuk ngasih tau kalo jaga hutan itu penting.. Tapi bakal langsung lupa karena sekedar akan dibaca itu juga kalo nonton iklan itu berkali2 n agak fokus liatin bacaannya”

“Nah iya, semua lapisan masyarakat pokoknya. Baik yang di sekitar wilayah hutan maupun yang gak di sekitar wilayah hutan”
– informan 3

4.2.3.3. Interpretasi Model Pembacaan (*Decoding*)

Produser teks mengemas atau meng-*encode* sebuah makna dalam teks dengan cara dan tujuan tertentu. Dalam proses konsumsi, audiens melakukan *decoding* terhadap teks yang dikonsumsi dengan cara tertentu pula. Dari proses ini audiens akan menghasilkan sebuah interpretasi yang dimungkinkan terjadinya perbedaan antara audiens satu dengan audiens yang lainnya. Dalam kaitannya dengan makna yang dikemas dan interpretasi oleh audiens, terdapat tiga model yang menjelaskan bagaimana kemungkinan audiens melakukan *decoding* terhadap teks yang dikonsumsi yaitu *dominated reading*, *negotiated reading*, dan *opositional reading*.

Dikatakan *dominated* apabila interpretasi yang dilakukan audiens sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produser. Disini dapat diartikan bahwa penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima secara umum sehingga pembaca akan menafsirkan dan membaca pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima umum. Dalam hal ini dapat dikatakan tidak terjadi perbedaan penafsiran antara penulis sebagai pihak produser dan pembaca sebagai pihak audiens. Disini penulis menggunakan kode-kode profesional atau kode-kode budaya secara umum, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode-kode itu sampai ditangan pembaca akan terjadi kesesuaian.

Pembacaan *negotiated* merupakan model dimana audiens secara kabur dan memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan dan menegosiasikan makna yang di-*encode* oleh pihak produser. Dalam model ini khalayak mempunyai alternatif interpretasi karena mereka bisa saja salah menginterpretasikan atau tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis. Hal ini dapat terjadi karena penulis menggunakan kode-kode umum yang

dipunyai dan diyakini audiens, namun ketika proses interpretasi tersebut berlangsung kode-kode tersebut tidak dibaca dalam pengertian umum, namun pembaca cenderung menggunakan keyakinannya dan melakukan negosiasi dengan kode-kode yang disediakan penulis.

Berlainan dengan pembacaan *opositional*, audiens memahami interpretasi yang diinginkan produsen teks namun setelah membandingkan teks dengan sumber-sumber extratekstual mereka membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produser pesan. Dapat dikatakan bahwa audiens mengembangkan interpretasi yang berbeda sama sekali dengan pembacaan *dominant*. Pembacaan oposisi ini dapat muncul ketika penulis tidak menggunakan kode-kode umum atau kerangka acuan budaya khalayak pembacanya sehingga mereka menggunakan kode-kode yang mereka yakini dan kerangka budaya sendiri.

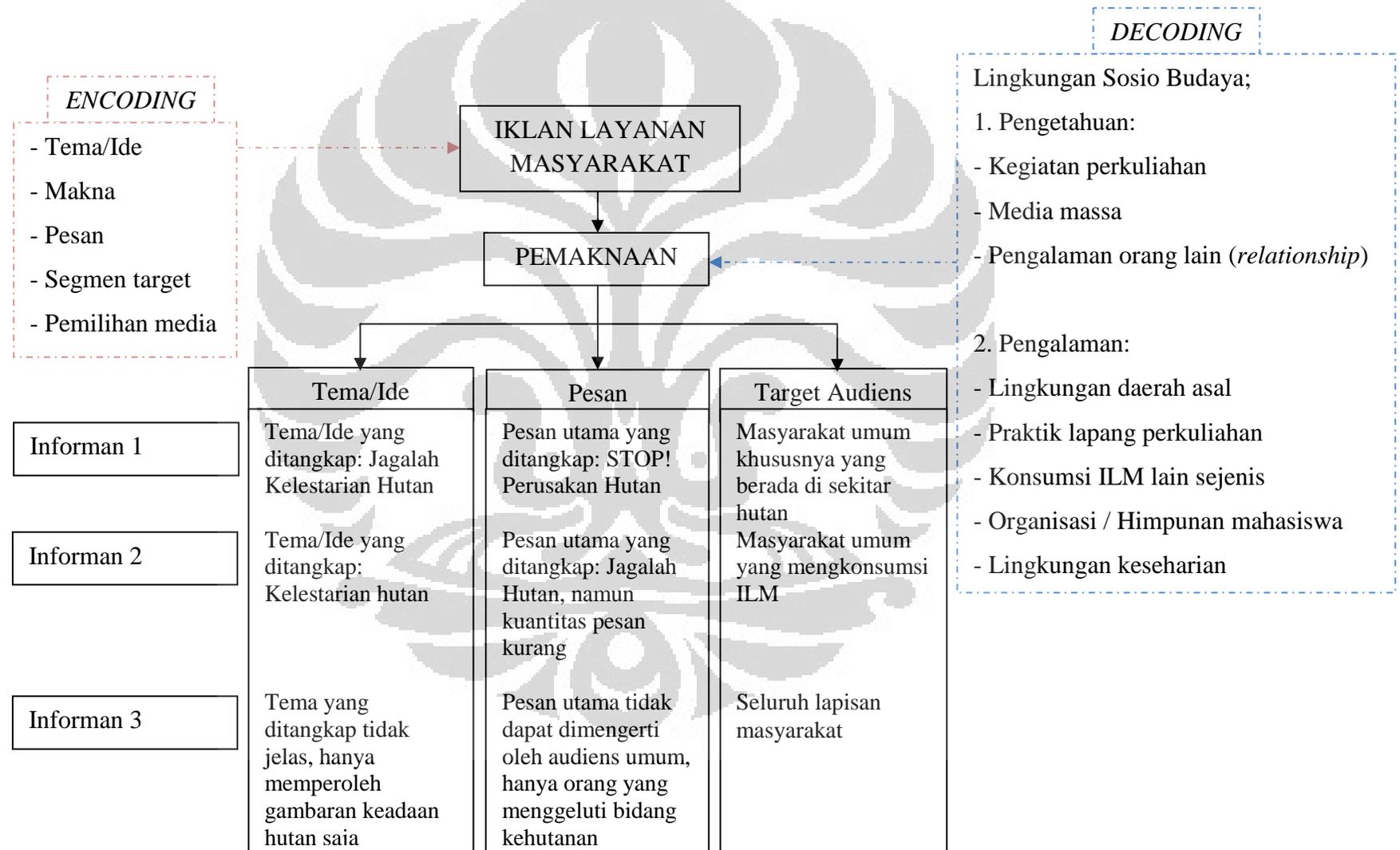
Berdasarkan hasil yang diperoleh, masing-masing informan berada pada posisi pembacaan yang beragam. Keberagaman ini disebabkan oleh adanya perbedaan penilaian atas kode-kode yang disampaikan. Informan 1 termasuk ke dalam model pembacaan *dominated* karena secara garis besar ia memaknai ILM dalam posisi melakukan interpretasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pembuat ILM yang dalam penelitian ini merupakan pihak Kementerian Lingkungan Hidup. Baginya ILM tersebut menyajikan informasi yang sesuai dengan kode-kode yang dapat dimengerti dan dipahami oleh audiens secara umum. Tema yang ditangkap informan adalah mengenai kelestarian hutan yang menurutnya sudah disajikan secara jelas pada ILM tersebut.

Informan 2 berada dalam posisi pembaca *negotiated* dalam melakukan pembacaan terhadap teks ILM yang diteliti, ia melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang ingin disampaikan pihak produsen teks tersebut namun terdapat alternatif interpretasi lain karena tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis. Informan 2 menafsirkan kode-kode yang dibacanya dari *encoder* sesuai dengan keyakinan dan konsep yang dimilikinya yang dimana dalam penafsiran tersebut terdapat persetujuan dari kode atau konsep yang diajukan produsen, namun terdapat penafsiran lain yang tidak sesuai dengan kode atau

konsep yang di-*encode*. Dalam kondisi ini dalam diri informan terjadi proses negosiasi antara kode-kode umum yang disajikan dan keyakinan yang dimiliki terhadap kode tersebut. Informan 2 menerima secara jelas tema dan pesan yang disajikan dalam ILM disajikan pihak produsen, namun menurutnya audiens awam tidak menggeluti bidang kehutanan tidak secara jelas dapat mengerti tema dan pesan tersebut karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Informan terakhir, yakni informan 3 berada dalam posisi sebagai pembaca *opositional*. Ia memberikan pemaknaan yang berlawanan dengan apa yang ingin disampaikan pihak *encoder*. Informan penelitian ini melihat bahwa ILM yang dikonsumsinya memiliki tema dan pesan yang tidak jelas sehingga dapat membingungkan audiens pembacanya. Kesan pertama yang diperolehnya yaitu “seperti *slideshow*” karena menyajikan gambar dan tulisan yang bergantian secara sangat biasa dan biasa ditemukan dalam *powerpoint* sebuah presentasi. Menurutnya ILM tersebut memiliki kemungkinan yang sangat kecil untuk dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepedulian audiens terhadap lingkungan sekitarnya.

Gambar 4.7. Peta Data Hasil Temuan



Tabel 4.2. Pemaknaan Mahasiswa Kehutanan Terhadap Iklan Layanan Masyarakat

Informan	Deskripsi Informan	Ketertarikan dengan Bidang Kehutanan	Permasalahan Lingkungan/ Hutan	Pengalaman mengenai ILM sejenis	Interpretasi Terhadap			Sifat Persuasif ILM	Pemaknaan Terhadap			ILM yang Baik
					Tulisan	Gambar	Suara		Tema	Pesan	Target Audiens	
1	Laki-laki 20 tahun, semester 6 P.S. Silvikultur Berasal dari Tangerang (Kota)	Tidak tertarik sebelum diterima di Fakultas Kehutanan Diterima melalui jalur SPMB	Hutan saat ini harus direhabilitasi	Sudah pernah melihat ILM sejenis: “ <i>One Man, One Tree</i> ”. Pesan ILM masih diingat: Anjuran untuk menanam satu pohon Tertarik dengan ILM yang diteliti	Memberikan penjelasan mengenai manfaat hutan Pesan dimengerti melalui tulisan Pergantian tulisan satu ke yang lainnya terlalu cepat	Menggambarkan kondisi hutan saat ini	Agak kaget dengan suara latar pada bagian awal, selanjutnya tidak merasa terganggu	Audiens tetap mengerti pesan yang disajikan Audiens hanya disajikan informasi mengenai kerusakan hutan tanpa diberikan penjelasan apayang harus dilakukan	Dominated	Dominated	Dominated	Kualitas harus baik agar menimbulkan kesan positif
2	Perempuan 22 tahun, semester 8 P.S.	Tidak tertarik dengan bidang kehutanan, sebelum	Lingkungan sudah rusak, manusia sebagai faktor	Sudah pernah melihat ILM sejenis yang sama dengan	Komposisi tulisan yang disajikan sudah pas	Unsur gambar paling menarik	Merasa terganggu dengan suara latar	ILM memberikan <i>reminder</i> terhadap kondisi hutan	Negotiated	Negotiated Pesan tersampaikan	Dominated	ILM harus dapat memper-

Informan	Deskripsi Informan	Ketertarikan dengan Bidang Kehutanan	Permasalahan Lingkungan/ Hutan	Pengalaman mengenai ILM sejenis	Interpretasi Terhadap			Sifat Persuasif ILM	Pemaknaan Terhadap			ILM yang Baik
					Tulisan	Gambar	Suara		Tema	Pesan	Target Audiens	
	Konservasi Sumber Daya Hutan Berasal dari Pasuruan, Jatim (Kota)	diterima namun sehingga menyukai karena hobi traveling Diterima melalui jalur USMI	utama	informan 1. Pesan masih diingat Tidak tertarik dengan ILM yang diteliti			yang menimbulkan kesan menyramkan	saat ini, ia tergerak untuk menjaga lingkungan karena seorang “anak kehutanan” Audiens hanya memperoleh informasi mengenai kondisi hutan		tidak namun jelas apa yang harus dilakukan, kuantitas pesan sangat kurang		suasi audiens
3	Perempuan 24 tahun, alumni P.S silvikultur Berasal dari Garut, Jabar	Tertarik namun tidak terfikir untuk menggeluti bidang kehutanan sebelum kuliah.	Lingkungan sudah rusak, ditunjukkan dengan adanya bencana alam dengan manusia sebagai faktor perusak utama	Sudah pernah melihat ILM sejenis, pesan dalam ILM tersebut masih diingat Tidak tertarik	Kolaborasi tulisan dan gambar cukup bagus. Kesan pertama yang	Kolaborasi tulisan dan gambar cukup bagu. Namun kesan yang	Merasa terganggu dengan suara latar ILM tersebut	Kemungkinan ILM untuk dapat mempersuasi audiens sangat kecil karena ILM tidak jelas	Oppositional Tema tidak jelas	Oppositional Pesan yang disajikan tidak jelas	Dominated	

Informan	Deskripsi Informan	Ketertarikan dengan Bidang Kehutanan	Permasalahan Lingkungan/ Hutan	Pengalaman mengenai ILM sejenis	Interpretasi Terhadap			Sifat Persuasif ILM	Pemaknaan Terhadap			ILM yang Baik
					Tulisan	Gambar	Suara		Tema	Pesan	Target Audiens	
	(Desa)	Saat ini ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang s-2		dengan ILM yang diteliti	diperoleh seperti <i>slideshow</i>	diperoleh seperti <i>slideshow</i>		ILM merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperbaiki tingkat kesadaran masyarakat terhadap lingkungan				

4.3. Diskusi

Penelitian ini menekankan atribusi dan konstruksi makna yang berasal dari teks dengan penerima. Pesan-pesan yang didistribusikan media selalu bersifat polisemi atau mempunyai makna beragam dan harus diartikan. Sebuah teks yang didistribusikan media memperoleh makna hanya pada saat penerimaan, yaitu ketika teks tersebut dikonsumsi. Dapat dikatakan bahwa audiens merupakan pencipta makna.

Masyarakat sebagai audiens bukanlah pecandu kebudayaan yang membaca teks secara pasif. Teks secara umum dapat dibaca berbeda, karena memiliki nilai polisemi. Teks memang memiliki makna sendiri yang semua ditawarkan kepada khalayak, namun audiens seringkali tidak mau hanya menerima makna yang ditawarkan untuk kemudian menegosiasikannya dengan makna dominan yang lain. Dari sini audiens dapat memilih untuk menerima atau memilih untuk memaknai dengan cara yang sama sekali bertolak belakang.

“Analisis resepsi mengkaji makna, produksi, dan pengalaman audiens saat berinteraksi dengan teks media. Sehingga pengamatan mendalam perlu dilakukan pada proses decoding, interaksi dan “pembacaan” teks oleh audiens” - Hagen & Wasko, 2008:8

Informan yang diteliti dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang menggeluti bidang kehutanan, baik yang masih berstatus mahasiswa maupun yang sudah menyelesaikan studinya. Harapannya para informan dapat lebih memahami dan mengerti kondisi hutan di Indonesia saat ini dengan berbagai pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki. Para informan berasal dari beraneka ragam latar belakang sosio kultural, hal ini dimaksudkan agar memungkinkan adanya perbedaan beragam cara pembacaan dalam memaknai sebuah ILM. Dalam penelitian ini ditemukan satu hal yang berkaitan dengan posisi pembacaan sebuah pesan yang disajikan ILM dan kemungkinan terjadi pemaknaan yang beragam dari satu ILM yang sama merupakan satu hal yang dirasa perlu mendapat penekanan.

Perbedaan posisi pembacaan ini dimungkinkan karena keanekaragaman latar belakang sosio kultural diantara mereka yang dipengaruhi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki masing-masing informan yang selanjutnya berdampak pada perbedaan nilai-nilai yang mereka anut. Hal ini sesuai dengan pendapat Baran dan Davis dalam Buku *Mass Communication Theory* yang menyatakan bahwa setiap orang mempunyai kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar belakang budaya mereka (halaman 262).

Ketiga informan sudah pernah dikonsumsi oleh para informan namun belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya. Dari pengalamannya mereka berkesimpulan bahwa ILM yang baik adalah ILM dengan tema dan pesan yang *simple* namun dapat dengan mudah dimengerti oleh audiens dan disesuaikan dengan target audiens yang ingin dicapai. Berkaitan dengan kebijakan, peraturan dan program-program yang disusun oleh pemerintah menurut mereka sesungguhnya peran tersebut sudah dijalankan pemerintah dengan baik terutama dalam penyusunan kebijakan dalam permasalahan lingkungan hidup khususnya hutan sudah baik, namun permasalahan terjadi saat proses penerapan di lapangan karena banyak terjadi penyelewengan baik yang disengaja ataupun tidak disengaja.

Berdasarkan hasil yang diperoleh mengenai pemaknaan ILM masing-masing informan berada pada posisi pembacaan yang beragam. Keberagaman ini disebabkan oleh adanya perbedaan penilaian atas kode-kode yang disampaikan. Informan 1 termasuk ke dalam model pembacaan *dominated* karena secara garis besar ia memaknai ILM dalam posisi melakukan interpretasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pembuat ILM yang dalam penelitian ini merupakan pihak Kementerian Lingkungan Hidup. Baginya ILM tersebut menyajikan informasi yang sesuai dengan kode-kode yang dapat dimengerti dan dipahami oleh audiens secara umum.

Dua informan lain dalam penelitian ini masing-masing berada dalam posisi pembacaan *negotiated* dan *oppositional*. Informan 2 berada dalam posisi pembaca *negotiated* dalam melakukan pembacaan terhadap teks ILM yang diteliti,

ia melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang ingin disampaikan pihak produsen teks tersebut namun terdapat alternatif interpretasi lain karena tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis. Informan 2 menafsirkan kode-kode yang dibacanya dari *encoder* sesuai dengan keyakinan dan konsep yang dimilikinya yang dimana dalam penafsiran tersebut terdapat persetujuan dari kode atau konsep yang diajukan produsen, namun terdapat penafsiran lain yang tidak sesuai dengan kode atau konsep yang di-*encode*. Dalam kondisi ini dalam diri informan terjadi proses negosiasi antara kode-kode umum yang disajikan dan keyakinan yang dimiliki terhadap kode tersebut.

Informan terakhir, yakni informan 3 berada dalam posisi sebagai pembaca *opositional*. Ia memberikan pemaknaan yang berlawanan dengan apa yang ingin disampaikan pihak *encoder*. Informan penelitian ini melihat bahwa ILM yang dikonsumsi memiliki tema dan pesan yang tidak jelas sehingga dapat membingungkan audiens pembacanya. Kesan pertama yang diperolehnya yaitu “seperti *slideshow*” karena menyajikan gambar dan tulisan yang bergantian secara sangat biasa dan biasa ditemukan dalam *powerpoint* sebuah presentasi. Menurutnya ILM tersebut memiliki kemungkinan yang sangat kecil untuk dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepedulian audiens terhadap lingkungan sekitarnya.

BAB 5

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Salah satu *output* dari penyelenggaraan program PLH yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup adalah pembuatan iklan layanan masyarakat. ILM dibuat dengan tujuan untuk dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya menjaga lingkungan hidup. Umumnya iklan layanan masyarakat bertujuan memberikan informasi dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dan bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.

Merujuk hasil yang diperoleh, informan 1 dan 2 berasal dari daerah perkotaan yang tidak memiliki ketertarikan sebelum mereka diterima di Fakultas Kehutanan untuk menggeluti bidang kehutanan yang saat ini dijalaninya. Hal ini berimplikasi terhadap pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki dimana kedua informan dinilai belum memiliki kedua hal tersebut sebelum terjun menggeluti bidang kehutanan. Berbeda dengan informan 3 yang berasal dari daerah pedesaan dimana wilayahnya banyak terdapat hutan karena penduduk sebagian besar bergantung pada hutan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Informan 3 sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai bidang kehutanan karena lingkungannya yang sangat dekat dengan bidang tersebut.

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa ILM yang diteliti tidak menarik, hanya informan 1 yang memiliki ketertarikan dengan ILM tersebut. Menurut mereka dalam ILM yang diteliti, audiens dinilai hanya disajikan informasi mengenai kondisi hutan saat ini yang membutuhkan perhatian tanpa dijelaskan bagaimana dan tindakan seperti apa yang dapat dan harus dilakukan. Namun, ketiga informan menyetujui bahwa bahwa media televisi merupakan media yang paling efektif dalam mendistribusikan ILM.

Berdasarkan studi *decoding* dengan menggunakan analisis resepsi terhadap para informan diperoleh posisi pembacaan yang berbeda pada masing-masing informan terhadap ILM yang diteliti yaitu mengenai tema, pesan dan ide yang

disajikan. Teks dapat dimaknai berbeda pada setiap individu walaupun individu-individu tersebut termasuk ke dalam sebuah *interpretive community*. Hal ini dipengaruhi latar belakang sosio kultural masing-masing informan yang membentuk pengetahuan dan pengalaman yang mereka dimiliki. Hal ini mempengaruhi penilaian informan atas kode-kode yang disampaikan pihak produsen dalam ILM yang disajikan. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa masing-masing informan berada pada posisi pembacaan yang beragam. Keberagaman ini disebabkan oleh adanya perbedaan penilaian atas kode-kode yang disampaikan.

Informan 1 termasuk ke dalam model pembacaan *dominated* karena secara garis besar ia memaknai ILM dalam posisi melakukan interpretasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pembuat ILM yang dalam penelitian ini merupakan pihak Kementerian Lingkungan Hidup. Baginya ILM tersebut menyajikan informasi yang sesuai dengan kode-kode yang dapat dimengerti dan dipahami oleh audiens secara umum. Hal ini karena pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki informan 1 masih tergolong sedikit karena ia tergolong baru terjun di bidang kehutanan. Secara garis besar ia menginterpretasikan makna yang terdapat dalam ILM sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pembuat ILM. Menurutnya pesan yang disampaikan dapat dimengerti dari tulisan yang disajikan pada ILM. Menurutnya, pesan dalam ILM bisa dimengerti dengan jelas melalui tulisan yang disajikan walaupun pembaca merupakan audiens awam yang tidak menggeluti bidang kehutanan.

Informan 2 berada dalam posisi pembaca *negotiated* dalam melakukan pembacaan terhadap teks ILM yang diteliti. Ia melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang ingin disampaikan pihak produsen teks tersebut namun terdapat alternatif interpretasi lain karena tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis. Informan 2 menafsirkan kode-kode yang dibacanya dari *encoder* sesuai dengan keyakinan dan konsep yang dimilikinya yang dimana dalam penafsiran tersebut terdapat persetujuan dari kode atau konsep yang diajukan produsen, namun terdapat penafsiran lain yang tidak sesuai dengan kode atau konsep yang di-*encode*. Dapat dikatakan bahwa ia melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang ingin disampaikan pihak produsen teks tersebut namun terdapat

alternatif interpretasi lain karena tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis. Makna yang ditangkap oleh informan 2 adalah penyajian mengenai fungsi-fungsi hutan yang diperoleh dari gambar-gambar yang disajikan. Menurutnya, tema dan pesan yang disajikan tetap dimengerti oleh audiens “non kehutanan” karena dapat dilihat jelas dari tulisan-tulisan yang disajikan. Namun menurutnya audiens awam tidak menggeluti bidang kehutanan tidak secara jelas dapat mengerti tema dan pesan tersebut karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Informan 3 berada dalam posisi sebagai pembaca *opositional* dimana ia memberikan pemaknaan yang berlawanan dengan apa yang ingin disampaikan pihak *encoder*. Menurutnya ILM yang dikonsumsi memiliki tema dan pesan yang tidak jelas sehingga dapat membingungkan audiens pembacanya. Kesan pertama yang diperolehnya yaitu “seperti *slideshow*”, Menurutnya ILM tersebut memiliki kemungkinan yang sangat kecil untuk dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepedulian audiens terhadap lingkungan sekitarnya.

Sementara itu khusus untuk pemaknaan khalayak mengenai target audiens ketiga informan berpendapat bahwa target audiens adalah seluruh masyarakat, baik individu maupun kelompok, karena tanggung jawab atas kondisi dan kelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat. Hal ini sesuai dengan kode yang diinginkan KLH sebagai target audiensnya. Dapat dikatakan bahwa pihak produsen menggunakan kode-kode yang dapat diterima dan dipahami secara umum oleh audiens dalam hal siapa pihak yang menjadi sasaran ILM.

Dapat disimpulkan bahwa pada saat proses konsumsi berlangsung sebenarnya audiens tengah menciptakan makna dan melakukan interpretasi yang sangat dipengaruhi latar belakang budaya dan sosial masing-masing audiens akibat perbedaan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki dalam membaca dan memahami kode-kode atau ide yang disampaikan. Dari hasil yang diperoleh ditemukan bahwa satu informan yang melakukan pembacaan dominan terhadap ILM adalah informan yang baru berkecimpung di bidang kehutanan, yakni informan 1 yang saat ini memasuki tahun pertamanya di Fakultas Kehutanan.

Sementara yang melakukan pembacaan negosiasi adalah informan 2 yang saat ini memasuki tahun keempat perkuliahannya atau semester 8. Informan 3 merupakan mahasiswi yang telah menyelesaikan studi strata satunya, dalam pembacaannya informan 3 ini berada pada posisi pembacaan oposisi.

Merujuk hasil yang diperoleh ditemukan bahwa semakin banyak pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki informan maka ia akan cenderung berada pada posisi oposisi dalam memaknai ILM. Disini dapat dikatakan bahwa pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki masing-masing individu merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam proses memaknai sebuah teks tanpa mereka sadari.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini memberikan manfaat teoritis untuk dapat memperkuat studi-studi media dalam lingkup studi teks dan studi khalayak. Sekaligus menambah referensi penerapan analisis resepsi menggunakan teori *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Manfaat teoritis lain dari penelitian ini adalah memperkuat teori *reader response*. Teori ini menawarkan sebuah teori tentang bagaimana mendapatkan makna dari sebuah teks oleh pembaca, serta bagaimana pembaca menginterpretasikan teks tersebut dari berbagai macam komunitas pada sebuah teks. Dalam teori ini, komunitas tersebut dikenal dengan sebutan *interpretive community*.

5.2.2. Implikasi Praktis

Secara praktis penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pemaknaan mahasiswa kehutanan atas ILM berkaitan dengan isu pengelolaan lingkungan hidup yang diwujudkan ke dalam pemahaman pesan yang diterima. Pesan yang disampaikan ILM yaitu mengenai isu kelestarian hutan

sebagai bagian dari isu lingkungan hidup dalam mewujudkan *sustainable development* yang selayaknya menjadi membutuhkan perhatian lebih dari masyarakat.

Manfaat praktis lain yang dimungkinkan yaitu sebagai bahan evaluasi kesesuaian tujuan program Pendidikan Lingkungan Hidup Kementerian Lingkungan Hidup dalam mengkampanyekan isu lingkungan hidup dilihat dari pemaknaan pembaca atas Iklan Layanan Masyarakat yang dibuatnya.

5.3. REKOMENDASI

Merujuk penelitian yang telah dilakukan, peneliti merekomendasikan bahwa agar tema dan pesan dalam sebuah Iklan Layanan Masyarakat dapat diterima oleh audiens perlu disesuaikan dengan lingkungan sosio budaya segment target yang dimiliki karena pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki audiens mempengaruhi pembacaan atau pemaknaan audiens atas sebuah teks.

Dari penelitian yang telah dilakukan berikut rekomendasi yang dapat diberikan untuk dunia akademis:

1. Bahwa untuk dapat melihat pemaknaan khayalak dapat juga lebih meneliti dari sisi *encoding*, seperti bagaimana faktor internal ekonomi dan politik produsen ILM tersebut.
2. Selain itu juga untuk lebih meneliti *encoding* dan *decoding* sebuah Iklan Layanan Masyarakat dapat juga menggunakan analisis semiotik untuk lebih melihat isi teks-teks media.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Baran, Stanley. J, Dennis K. Davis. 2002. *Mass Communication Theory*. Canada: Wadsworth
- Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies, Theory and Practice*. Sage Publication
- Barthes, Roland. 1977. *Image, Music, Text*. Essays selected and translated by Stephen Heath. London: FontanaPress
- Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston. New York
- Bitter John R. 1986. *Mass Communication, an Introduction*. Prentice Hall Englewood Cliffs. New Jersey
- Brooker & Jermyn. 2003. *Audience Studies Reader*. London: Routledge
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Rajawali Pers. Jakarta
- Coulson. Thomas, C.J.1987. *Marketing Communications*. London: Heinemann.
- Crompton, J.L. dan C.W.Lamb. 1986. *Marketing Government and Social Service*. New York: John Willey & Sons.
- Danesi, Marcel. 2004. *Message, sign, and meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*. 3rd edition. Canadian Scholars' Press Inc. Toronto
- Denzin, Norman K., Yvonna S. Lincoln (ed). (1994). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publication.
- Downing, John. Ali Mohammadi & Annabelle Sreberny-Mohammadi. 1995. *Questioning The Media (a Critical Introduction)*. Sage Publication. Thousand Oaks. California
- Ember, Jane and Betsy Ann-Toffler. 1987 *Dictionary of Advertising and Direct Mail Terms*. Barron's Educational Series Inc. USA
- Effendy, Onong Uchjana, Drs. M.A. (1984). *Televisi Siaran: Teori & Praktek*. Bandung: Alumni Bandung.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana (Pengantar Analisis Teks Media)*. LKIS

- Kasali, R. 1993. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, Philip & Roberto, Eduardo L. 1989. *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. United States of America: The Free Press
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Mandell, M.I. 1986. *Advertising*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Mc.Quails, Dennis & Sven Windahl. 1993. *Communication Models for The Study of Mass Communication*. Longman. London & New York
- _____. 2000. *Mass Communication Theory, 4th Edition*. Sage Publication. London
- Martyn P.Davis. 1997. *Effective Use of Advertising Media*. London: Hutchinson Business Book.
- Moriarty, S.E., 1991. *Creative Advertising Theory and Practice*. United States of America: Prentice Hall, Inc
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Fifth Edition. Boston: Pearson Education Inc
- Papalia, DE & Olds, S.W. 1975. *A Child's World: Infanci through Adolescence*, McGraw Hill
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods 3rd Edition*. Sage Publication. London
- Picard, Robert G. (2002). *The Economics and Financing of Media Companies*. New York: New York University Press
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. 1996. *Attitudes and Persuasion: Classis and Contemporary Approaches*. United States of America: Westview Press, Inc
- Sumaatmadja, Nursid, 2001. *Metodologi Pengajaran Geografi*. Jakarta : PT.Aksara
- Strorey, John. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra
- Stoke, Jane. (2006). *How To Do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang
- Tom Brannan. 1993. *The Effective Advertiser*. Oxford: Butterworth-Heinemann

Wells, W., Burnet, J., & Moriarty, S. 1989. *Advertising: Principles and Practice*. United States of America: Prentice Hall, Inc

ARTIKEL, JURNAL, dan MAKALAH

Astawa, Ida Bagus Made. 1999. "Pengertian Umum Kependudukan dan Lingkungan Hidup". Makalah disampaikan dalam *Diklat PKLH untuk Guru-Guru Sekolah (SD-SLTA)* bulan Nopember 1999 di Kanwil Depdikbud Provinsi Bali. Denpasar : Depdikbud Provinsi Bali

John R. Fisher. 2010. *Mass Media Coverage Of Global Warming: An Update*. Northwest Missouri State University. fisherhousejohn@gmail.com

Khairifa, Fenni. 2007. Penyampaian Iklan Layanan Masyarakat Kepada Khalayak. *Jurnal Harmoni Sosial*, Mei 2007, Volume I, No. 3

Maxwell T. Boykoff, & S. Ravi Rajan. 2007. *Signals And Noise: Mass-Media Coverage Of Climate Change In The USA And The UK*

Soemarwoto, Otto. 1982. "Pengelolaan Lingkungan", Kertas Kerja dalam Kursus AMDAL 2-17 Februari 1982. Kerjasama Kantor Menteri Negara Pengawasan Lingkungan Hidup dengan Lembaga Ekologi UNPAD Bandung

TESIS

Erni Herawati. 2005. Pemaknaan Remaja Kelompok Laki-laki dan Perempuan terhadap Cerita, Gambar dan Tema pada Manga Shonen. Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia

Muchsin Attamimy. 2009. Perbandingan Pengaruh Humor dan *Rational Appeal* pada Iklan Layanan Masyarakat: Studi Kasus Iklan Layanan Masyarakat Pajak dan Kredit Usaha Rakyat. Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Regina Damayanti Darmadji. 2003. Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pemahaman dan Sikap (Studi Eksperimental Iklan Layanan Masyarakat 'AIDS, Kita Bisa Kena, Kita Juga Bisa Cegah' Pada Empat Sekolah Mengengah Umum di Jakarta). Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup

SITUS INTERNET

<http://partogi.blogdetik.com/2012/05/03/kepunahan-orangutan-sumatera-adalah-tanggung-jawab-kita-bersama/>. Diakses 4 Juni 2012 pukul 19.47 WIB

http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_6932.html.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 19.49 WIB

<http://karangan-dhesy.blogspot.com/2008/04/kohesi-dan-koherensi-pada-iklan-layanan.html>. Diakses 4 Juni 2012 pukul 19.53 WIB

<http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=4&dn=20081031174739>.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 20.33 WIB

http://www.endarcare.com/index.php?option=com_content&view=article&id=53:peta-hitam&catid=35:portfolio&Itemid=30.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 20.37 WIB

http://vetonews.com/index.php?view=article&catid=1%3Aheadline&id=393%3AEfek+Domino+Kabakaran+Hutan%2C+Lahan+Dan+Pekarangan&tmpl=component&print=1&page=&option=com_content&Itemid=29.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 21.20 WIB

<http://www.freetechebooks.com/file-2011/hutan-musim-di-indonesia.html>.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 21.27 WIB

<http://media.kompasiana.com/mainstream-media/2011/12/14/menjamurnya-iklan-layanan-masyarakat/>. Diakses 4 Juni 2012 pukul 22.03 WIB

<http://sumbotinarbuko.com/lingkungan-hidup-dan-desain-komunikasi-visual.html>.

Diakses 4 Juni 2012 pukul 22.44 WIB

<http://massofa.wordpress.com/2009/02/05/komunikasi-persuasif-dalam-iklan/>.

Diakses 8 Juni pukul 13.02 WIB

http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=iklan+layanan+masyarakat+pdf&source=web&cd=2&ved=0CE0QFjAB&url=http%3A%2F%2Frepository.usu.ac.id%2Fbitstream%2F123456789%2F18645%2F1%2Fhar-mei2007-1%2520%284%29.pdf&ei=hRTHT_nCHdGzrAf2o5G_Dg&usq=AFQjCNHT8JXea17lsl0vwaCZyQGItgM0Ng.

Diakses 9 Juni 2012 pukul 20.43 WIB

http://www.dephut.go.id/informasi/UMUM/KLN/UNFF/About_UNFF_5th.htm.

Diakses 9 Juni 2012 pukul 21.37 WIB

http://www.dephut.go.id/informasi/UMUM/KLN/UNFF/UNFF6_Peb06.htm.

Diakses 10 Juni 2012 pukul 22.11 WIB

https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:o68OjDe4QucJ:www.unishivaji.ac.in/syllabus/socialscience/MJC/MJC.pdf+bitter+1986+mass+communication+book&hl=id&gl=id&pid=bl&srcid=ADGEEShy_Wkje0vFrY22nljxOYgS7W4Roedy48JRgchshNBWjIZn4hsR1ds-HGzAvpKkp4acHrcDzQyd_09vRIFrZUSrG8U_Qjs06tDWNyLvF0H_E_V9w1NpBIOD-KlxV2L9RR1wpJco&sig=AHIEtbS5-WA Or-WUeAPm5MxLKxZSxaBkRQ.

Diakses 11 Juni 2012 pukul 19.55 WIB

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara

Nama Irforman : Umar Atik
 Umur, Jenis Kelamin : 20 tahun, Laki-laki
 Pendidikan terakhir : Mahasiswa semester 4, Program Studi Silvikultur
 Tanggal wawancara : 24 April 2012, pukul 12.00-13.05 WIB
 Tempat wawancara : Sekitar Departemen Silvikultur, Fakultas Kehutanan – IPB

Wawancara dilakukan di lingkungan Departemen Silvikultur yang biasa dijadikan tempat mahasiswa *ngumpul*, mencari informasi memanfaatkan *wi-fi*, berdiskusi atau sekedar bercanda selepas jam kuliah. Wawancara yang dilakukan bersifat santai. Berikut transkrip wawancara yang dilakukan antara informan (U) dan peneliti (P).

P: Assalamu ‘alaikum mas, boleh minta waktunya sebentar?

U: Wa ‘alaikum salam..iya, boleh

P: Sudah beres kuliah kan? Ada kuliah lagi jam berapa ya untuk hari ini?

U: Sudah selesai bang, hari ini ga ada kuliah lagi

P: Kebetulan kalau gitu. Bisa wawancara dong ya..

U: Bisa bang

P: Begini, saya sedang melakukan penelitian mengenai pemaknaan Iklan Layanan Masyarakat atau ILM mengenai Kehutanan yang dibuat oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Untuk teknis wawancaranya sebelumnya saya akan putarkan terlebih dahulu ILM-nya lalu setelah itu kita wawancara, siap?!hehhee..

U: Siap bang

P: Pake perekam untuk wawancaranya ga keberatan kan?

U: Gapapa bang

(...*pemutaran Iklan Layanan Masyarakat..*)

Informan terlihat fokus melihat iklan yang diputarkan, sesekali ia mendekatkan posisi duduknya untuk melihat lebih dekat dan mendengarkan lebih

jasas suara latar dari iklan tersebut dikarenakan kondisi lingkungan sekitar cukup ramai.

P: Itulah ILMnya

U: Oh sudah, saya kira lama bang

P: Durasi untuk ILM ya emang segitu

U: Oohh..

P: Sebagai informasi, ILM ini diputarkan di 6 stasiun TV swasta dan pemerintah selama 2 minggu di bulan November 2011 dengan total 80 spot atau jam tayang. Stasiun TV swastanya yaitu tvOne, RCTI, Indosiar, SCTV, anTV. dan untuk TVRI diputarkan di TVRI pusat dan Sorong, Papua untuk stasiun lokalnya

U: Cukup banyak ya, tapi kok belum pernah lihat ya. Mungkin pas lagi praktek di hutan kali ya, hehhee..

P: Gimana kesan pertama setelah melihat ILMnya? Baru pertama kali lihat ILM ini kan?!

U: Ya baru pertama kali lihat sih. Kalau kesan pertamanya iklan ini seperti memberikan kita pesan-pesan kecuali yang awalnya yang seperti ada suara kaya ledakan gitu “daarr” terus digambarkan tulisan hutan yang dipotong tengahnya sampai ngeluarin darah terus dilatarnya ada gambar kebakaran hutan. Pesan-pesannya sih bisa keliatan di tulisan-tulisannya tadi, seperti daun pada pohon yang fungsinya menyerap CO2 dan yang lainnya tadi

P: Kalau pendapat tentang ILM tadi gimana? Menarik apa engga?

U: Iklan layanan masyarakat yang tadi ya, bagus sih menurut saya. Maksudnya mmm dari yang pembukaannya itu udah ngasi gambaran hutan itu keadaannya kaya gini loh, ada pengrusakkan, penebangan yang semuanya digambarkan dengan tulisan-tulisan yang di foto. Kebakaran hutan juga, terus dari situ juga ada yang dijelaskan tentang fungsi-fungsi hutan ada penyerap CO2 dan penghasil O2. Jadi ada kesan yang nempel gitu

P: Jadi kalau dilihat dari tiga unsur iklan tadi -gambar, tulisan dan suara- unsur mana yang paling menarik?

U: Suara

P: Mmm suara ya?!

U: Iya, tertarik sama suaranya, apalagi suara ledakan pas awalnya *opneningnya* itu. Jadi ngebuat kita penasaran selanjutnya bagaimana

P: Sebelumnya udah pernah lihat ILM di TV?

U: Pernah bang, iklan kesehatan kaya Posyandu sama waktu itu musim-musim kampanye dan menjelang pemilu banyak kan tuh iklan-iklan layanan masyarakat

P: Kalau untuk ILM kehutanan sendiri sudah pernah lihat?

U: Oh, iklan kehutanan ya. Udah juga sih, iklan penanaman pohon gitu, tapi lupa judulnya

P: Bukan ILM yang barusan diputarkan berarti ya?!

U: Iya bukan, *One Man, One Tree* kalau ga salah nama iklan yang waktu itu

P: Lihat di?

U: Televisi

P: Pesan apa yang bisa diambil sama lw ketika sudah menonton iklan *One Man, One Tree* itu?

U: Disitu digambarkan kalau kita bisa ikut menjaga lingkungan sekitar dengan menanam satu bibit pohon. Satu bibit pohon itu sangat berarti dibanding enggak sama sekali. Jadi intinya iklan itu menyarankan kita untuk menanam pohon sebagai andil dari melestarikan hutan di Indonesia

P: Kalau mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan di Indonesia saat ini menurut lw gimana?

U: Oh iya jadi menurut saya gini ya bang, jadi menurut saya saat ini kondisi hutan perlu adanya mmm udah era rehabilitasi bukan era eksploitasi lagi. Karena kondisi hutan yang kita tau sekarang, seperti hutan-hutan yang ada di Kalimantan Sumatera udah banyak yang dikonversi jadi penggunaan lahan lain. Yang dulunya hutan alam sebagai paru-paru dan penghasil oksigen misalkan, sekarang udah jadi pemukiman soalnya kan jumlah penduduk meningkat, terus juga perkebunan HTI-HTI gitu. Jadi mungkin menurut saya hutan eranya sekarang ini bukan untuk dieksploitasi lagi, tapi udah harus direhabilitasi untuk kembali ke *back to nature*-lah, hehhehe..

P: Kira-kira makna apa yang bisa lw ambil setelah liat ILM tadi?

U: Maknanya itu digambarkan kondisi hutan dari awalnya, terus setelah itu

masuk dari manfaat hutan itu sendiri gitu. Sampai terakhir hutan digambarkan rusak dan itu memang menggambarkan kondisi hutan yang ada saat ini

P: Kalau dilihat dari tiga unsur iklan tadi -gambar, tulisan sama suara- unsur mana yang sangat menggambarkan makna yang lw bilang tadi?

U: Tulisan

P: Tulisannya ya, kenapa tuh?

U: Ya, dari tulisannya kan kita ngelihat penjelasan kondisi hutan sekarang tuh seperti gitu loh. Jelaslah setelah kita baca tulisannya

P: Mmm, kalau komposisi tiga unsur tadi dalam ILM ini menurut lw gimana?

U: Komposisinya ya, mmm..

P: Ya mungkin seperti gimana porsi masing-masing tiga unsur itu, apa sudah pas porsinya atau seperti apa menurut lw?

U: Mmm, tulisannya itu. Pergantian tulisannya dari yang satu ke yang lain agak terlalu cepat durasinya, jadi agak kurang jelas atau gak harus bener-bener fokus nonton iklannya biar bener-bener ngerti kitanya bang

P: Terus..

U: Kalo untuk komposisinya ya harus merata, masing-masing 30 lah ya biar adil

P: Nah yang 10 lagi?

U: Oiya, kemana ya.hehhhehhee..

P: Pesan apa yang paling penting yang bisa lw tangkep dari ILM tadi?

U: Pesan yang paling penting menjaga hutannya

P: Unsur mana dari ketiga unsur tadi yang menurut lw paling nunjukkin pesan yang ingin disampaikan dari ILM tadi?

U: Mmm, pesannya itu terlihat dari tulisannya tadi bang. Kan ada tadi tuh “STOP! Perusakan Hutan”. Ya dari situ keliatan pesannya apa

P: Antara kuantitas dan kualitas dari ILM, lebih baik yang mana menurut lw?

U: Yang penting kualitasnya bang, kalo jelek banget nanti pas waktu iklannya mau tayang langsung diganti *channel* tv nya, hehhee..

P: Kualitas ya?!

U: Iya bang, ya walaupun semakin banyak iklannya semakin gede juga

kesempatan orang ngeliat tapi kan nanti kalo liat iklan yang kualitasnya gak bagus paling tanggepannya “*ini apa siihh*”. Jadi pesannya ga bakalan sampe, yang ada malah jadi gak suka dengan instansi yang ngeluarin iklan itu, bisa timbul kesan atau pendapat-pendapat yang negatif nantinya. Misalkan cuma ada satu iklan terus diputernya cuma satu hari sekali, kalau bagus kan akan tumbuh rasa penasaran bang, “*seperti apa sih iklannya, kok sampe dibilang bagus banget*”. Terus akhirnya mereka yang penasaran nyari sendiri iklan itu di *youtube* mungkin, ditonton deh bang

P: Ya..ya..

P: Jadi menurut lw ILM ini ditujukan kepada siapa?

U: Ya ditujukan kepada orang sekitar hutan tentunya

P: Masyarakat sekitar hutan maksudnya?

U: Oh iya, iya masyarakat sekitar hutan, hehehhee.. Tapi sebenarnya khalayak umum juga bisa sih, mungkin prioritasnya ya masyarakat yang letaknya di sekitar hutan

P: Jadi..

U: Khalayak umum sih bang, hehhee.. Soalnya gw ngerti iklannya, gw ngerti padahal kan gw bukan masyarakat sekitar hutan. Ga ngerti apa yang disampaikan dari ILM tadi. Jadi masyarakat umum sih bang yang ditujuinnya

P: Menurut lw kalau iklan ini ditonton sama masyarakat yang bukan “orang kehutanan”, gimana pendapat nya?

U: Mm.. Tetep ngerti sih bang, ngerti sama pesan sama makna iklan tadi. Soalnya keliatan dan dijelaskan di tulisan-tulisan tadi. Ya kecuali masyarakat yang nontonnya ga bisa baca bang, hehhee..

P: Waahh, hahhaahhaa..

U: Iya bang, tulisannya yang paling bantu buat kita ngerti tentang iklan tadi. Kalau ga buta huruf ya ga bisa berarti

P: Nah tadi kan lw bilang kalo ILM ini ditujukan untuk masyarakat umum, gimana pendapat lw masyarakat yang sudah menonton ILM ini, kira-kira mereka tergerak ga untuk ikut menjaga kelestarian hutan?

U: Mmm, enggak

P: Enggak yah, alasannya?

U: Menurut saya masyarakat umum yang nonton iklan tadi cuma sampe batas cukup tau aja tentang kondisi hutannya saat ini itu begitu, udah sampe situ

P: Kenapa tuh?

U: Soalnya kita ga tau apa yang harus kita perbuat itu apa, seperti apa. Tadi kan di iklannya cuma dipaparin begini loh kondisi hutan kita sekarang, manfaat hutan itu seperti apa aja terus kita ngapain?Nah gitu bang

P: Mmm..

U: Iya, disitu ga ada himbauan untuk kita harus ngapain-ngapain

P: Jadi..

U: Ya harusnya iklannya disertain himbauan-himbauannya, ngejelasin lah kita harus bagaimana. Itu nyambungin ILM yang baik tadi seperti apa bang

P: Oo, oke..

U: Ada langkah-langkah apa sih yang harus dilakuin setelah iklan tadi ditonton, kaya gitu deh

P: Yakin ga ILM ini bisa menggerakkan khalayak untuk ikut menjaga lingkungan khususnya kelestarian hutan?

U: Lebih ke arah pengetahuan aja, ILM tadi lebih kesitu. Gini loh hutan tuh, manfaatnya seperti ini, kondisinya seperti ini. Tapi ya balik lagi ke yang tadi itu, belum ada anjuran kita ngapain-ngapainnya

P: Mmm..

P: Menurut lw siapa yang megang peranan penting untuk menjaga lingkungan khususnya kelestarian hutan?

U: Masyarakat sih, tapi ga masyarakat juga. Pemerintah, perusahaan yang memanfaatkan juga harus ikut andil. Semuanya saling terkait bang satu sama lain, tidak bisa terpisahkan. Tapi ya peran paling penting dipegang masyarakat karena masyarakat ini kan perannya besar sekali. Nih kalo pemerintah buat suatu kebijakan misalnya, terus masyarakatnya ga mendukung atau ga ikut ambil bagian, ya ga bakal jalan kan tuh bang kebijakannya. Kalau untuk perusahaan yang ikut memanfaatkan hutan kaya HTI-HTI gitu, ya mereka bisa ikut melestarikan hutan dengan misalnya melakukan penanaman kembali hutan yang sebelumnya sudah dibuka oleh mereka. Pokonya pemerintah, masyarakat, dan perusahaan punya peran masing-masing bang

P: Mmm..

P: Kalau misal lw mau bikin ILM tentang kehutanan, ILM seperti apa sih yang mau lw buat?

U: Konsep besarnya sih semacam gerakan gitu mas, gerakan *youth, movement*nya jadi kayak semacam dokumentasi gitu bang. Dokumentasi kegiatan misal penanaman satu juta pohon, disitu ditampilkan gimana proses kita dari awal sampai akhir. Ya di sesuaikan dengan durasi yang 30 detik tadi mas. Gunanya untuk memberikan kita gambaran terhadap kegiatan selanjutnya yang akan dilakukan. Jadi ga ngasi informasi tentang hutan aja mas. Lebih ke arah situ sih

P: Semacam “begini loh kegiatan yang sudah kita lakukan sebelumnya” gitu ya?

U: Iya, jadi kelihatan disitu mas anjurannya masyarakat tuh harus ngapain sih, apa sih yang harus dilakukan untuk ikut menjaga lingkungan hutan. Setidaknya masyarakatnya sudah melihat contohnya, langkah-langkahnya itu seperti apa. Gitu aja sih

P: Mmm.. Kalo saran buat kementerian lingkungan hidup terkait ILM tadi apa?

U: Mungkin dibuat tim khusus gitu ya mas untuk bikin ILMnya, jadi mereka ikut andil ngonsep, ambil gambar mungkin, ngedit, masukin suara latar mungkin, sampe penetapan waktu tayangnya iklan itu. Kalau emang perlu ya minta pendampingan gitu dari yang ngerti tentang *broadcasting* gitu, bisa dari universitas atau para ahli gitu. Supaya akhirnya masyarakat bisa lebih ngerti pesan yang disampaikan sama tindakan apa yang harus dilakukan. Harus bagaimana sih sebenarnya

P: Timnya itu seperti apa?

U: Timnya itu harus punya inisiatif yang tinggi buat bikin iklan yang seperti tadi saya bilang bang, bisalah kerjasama dengan mahasiswa-mahasiswa biasanya kan mereka lebih bisa ngeliat sebenarnya masalahnya itu apa sih. Ya tapi jumlah timnya harus lebih banyak orang kementerian lingkungan hidup itu ya, mahasiswa-mahasiswa ini cuma bantu loh bang

P: Mmm..

U: Kalo untuk dananya kan ya pasti ada kan ya bang, tiap tahun gitu ada anggarannya untuk buat ILM atau bagaimana?

P: Ya, untuk anggaran pasti ada ya tapi ga spesifik hanya khusus untuk bikin ILM ya. Mungkin posnya ada di satu kesatuan anggaran pendidikan dan pelatihan lingkungan hidup untuk masyarakat. Kan bukan cuma ILM aja yang dibuat, kayak buku-buku pendidikan tentang lingkungan, poster atau spanduk juga, iklan di media cetak juga, pengadaan pelatihan tentang pendidikan lingkungan hidup dan masih banyak lagi. Mungkin seperti itu

U: Ooo.. Ya bisa sih bang, ga harus tiap tahun juga sih bikin ILMnya

P: Nah Kalau menurut lw pesan atau makna dari iklan mengenai lingkungan hidup khususnya hutan itu lebih tersampaikan lewat media mana? ILM seperti ini yang ditampilkan di media elektronik, bisa televisi atau radio, atau di media cetak, atau media yang seperti apa? Kenapa tuh?

U: Yang seperti ini bang, yang di media televisi. Soalnya lebih *eye-catching*..

P: Ooo..

U: Iya bang, lebih menarik yang seperti ini di televisi. Ada gambar, tulisan sama suara latarnya itu kan bikin lebih bagus

P: Mmm, jadi karena ILM yang diputar di media televisi terlihat lebih menarik dibanding lewat media lain ya?

U: Iya bang. Selain itu jumlah yang liat itu juga sih bisa lebih banyak. Sekarang kan hampir semua rumah ada tv, malah ada yang sampe 4 tv satu rumah, yang ditaro di tiap-tiap kamar gitu. Lebih tinggi jadi kesempatan ada yang lihat iklannya bang

P: Kalo lw termasuk orang yang gimana terhadap informasi-informasi yang disajikan oleh media?

U: Maksudnya bang?

P: Ya lw tipe orang yang gimana sih dalam mengkonsumsi informasi di media, apa lw akan memilih yang cuma lw butuhin aja, apa lw mungkin milih-milih hanya media ini loh yang bakal lw konsumsi atau gimana?

U: Kalo saya sih ga begitu milih-milih bang, karena lumayan rajin membaca, hehhee..jadi saya ga milih-milih. Apa aja saya konsumsi bang kalo emang ada informasi mengenai kehutanannya. Tapi ya lebih milih media yang nyediain

informasi yang saya butuh sih bang

P: Kalo terhadap isi dari informasi itu gimana?

U: Kalo kaitannya sama isinya sih saya suka ga langsung percaya bang, soalnya banyak yang melenceng. Banyak informasi yang ditampilin di media itu ga sesuai dengan yang aslinya. Kalo ga bisa liat langsung kondisinya, ya caranya saya liat beberapa media lain yang nampilin informasi yang sama, dari situ bisa diliat sebagian besar media nampilin informasinya seperti apa sih. Terus kalo belum yakin ya tanya-tanya temen atau senior yang kira-kira paham bener

P: Eh ngomong-ngomong kuliah disini ngambil program studi apa?

U: *Silviculture*

P: Semester?

U: Empat bang

P: Mmm.. Sebelum kuliah di sini, sebelum ngambil ilmu kehutanan udah tertarik dengan hutan atau seperti apa?

U: Belum tertarik bang, belum tau hutan itu gimana, kondisinya seperti apa. Belum punya informasi sedikitpun lah istilahnya

P: Nah terus kenapa masuk kuliah ngambil kehutanan?

U: Karena terjebak di jalan yang benar, hehhee..

P: Maksudnya?

U: Iya bang, saya masuk sini kan SPMB, jadi ya sedikit *gambling* diterima atau enggaknya, hehhee..

P: Asalnya darimana emang?

U: Tangerang bang, Karawaci

P: Lokasinya dengan hutan gimana?

U: Jauh banget bang, kota.hehhhee.. Banyak gedung sama mobil bang

P: Mmm..

U: Ya begitu bang, setelah kuliah ini dapet banyak informasi dan pengetahuan tentang kehutanan yang sebelumnya ga punya *basic* sama sekali

P: Lalu apa yang sudah lw lakuin untuk hutan itu sendiri?

U: Apa bang? Sempet berkali-kali ikut kegiatan penanaman gitu, terus saya juga ikut aktif di himpunan mahasiswa *Tree Growth Community*, ikut berbagai kegiatan pemeliharaan hutan juga seperti sebagai relawan membersihkan

sampah-sampah, dan banyak lagi bang

P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa?

U: Mmm, yang pertama mencari pengalaman mengenai lingkungan hidup dan juga ikut memberikan kontribusilah untuk kelestarian hutan

P: Kalau alasan lw ikut aktif di organisasi, mmm TGC ya kalau ga salah namanya tadi, apa?

U: Selain untuk memperbanyak teman, karena disitu kan kita bisa kumpul sama senior-senior yang sebelumnya ga pernah ketemu, bertukar informasi, berita tentang kegiatan dan pengetahuan kehutanan. Selain itu juga yah saya bisa lebih merasa lebih cinta terhadap kehutanan, kan lebih sering ke hutannya bang

P: Selain itu?

U:Mmm.. Lebih apa yahh, mmm..dapat uang jajan tambahan juga bang, dari proyek-proyek gitu. Ya walaupun ga gede lumayanlah, kita kan mahasiswa, hehehhee..

P: Kalo contoh tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan sadar kalo tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan?

U: Mmm.. apa yah, ini aja sih bang kaya ngerjain tugas kuliah pake kertas bekas gitu. Kertas bekas yang belum rusak sih, kan bagian belakangnya masih bisa dipake tuh. Lumayan sih selain ga usah ngeluarin duit buat beli kertas. Ga semua mata kuliah bisa gitu sih bang, tertentu aja. Kadang malah ada dosen yang emang nyaranin pake kertas bekas

P: Menurut lw tindakan itu efektif ga?

U: Efektif banget bang, coba bayangin bukan saya atau kita aja yang pake kertas bekas untuk tugasnya tapi semua mahasiswa. Keliatan kan tuh berapa banyak kertas yang bisa dihemat. Hemat kertas berarti hemat pohon kan bang, hehhee..

P: Bener tuh.. Udah jadi contoh yang baik dong ya

U: Ya ga juga sih bang, ga harus jadi contoh juga. Pokonya saya lakuin aja, syukur-syukur ada temen lain yang ngikutin terus jadi makin banyak yang ikutan deh. Kan jadi seneng tuh..

P: Balik ke soal organisasi yah, menurut lw perbedaan yang signifikan seperti apa yang membedakan mahasiswa yang aktif diorganisasi dengan mahasiswa yang bisa dikatakan kurang aktif di organisasi?

U: Mmm.. Kalau saya sih lihatnya cuma ini aja sih bang, kaya kalau yang ikut aktif di organisasi kan mereka lebih banyak ngerasain prakteknya di lapangan, kaya menanam pohon tadi misalnya. Teorinya kan kita udah dapet dan sama pasti dengan mahasiswa yang kurang aktif diorganisasi. Ya intinya lebih unggul diprakteknya aja sih bang, sama jam terbang ke lapangan atau hutannya lebih banyak

P: Kalau disambung ke ILM yang tadi ya, kira-kira ada perbedaan ga sih cara mahasiswa yang aktif di organisasi dengan mahasiswa yang kurang aktif dalam baca ILM tadi?

U: Mmm.. Menurut saya ada sih bang, kayak yang aktif di organisasi kan lebih tau lebih banyak kondisi sebenarnya hutan itu seperti apa karena kita lihat dengan mata kepala sendiri bang. Jadi kadang kita bisa lihat hal lain ga bisa dilihat mahasiswa lain

P: Seperti apa contohnya itu?

U: Ya kayak gini bang misalnya, misal ya ada informasi yang bagus-bagus gitu tentang perusahaan HTI A begitu ya, tapi kita lebih tau bang karena kita pernah ke HTI itu, dan ternyata kenyataan di lapangannya ga seperti informasi yang digembor-gemborkan. Malah bisa bertolak belakang bang. Abang juga pasti ngerti deh

P: Ah enggak, hehhee..

U: Ini penelitian tentang iklan, emang abang bukannya abang alumni Fahutan ya?

P: Iya, gw ngambil kuliah lagi

U: Kuliah apa emang?

P: Ilmu Komunikasi. Waktu disini kuliahnya Fahutan angkatan '41, alhamdulillah selesai juga. Hehhee..

U: Ooo.. Kok bisa ke komunikasi?

P: Kenapa ga bisa? Kan ada tesnya, masuk ya berarti diterima kan?! Hehhee.. Oke deh, segitu dulu. Makasih waktunya. Jadi gantian gini gw yang ditanya-tanya. Hahahahhaa..

U: Iya sih..Oke bang, sama-sama

P:Oke..

Nama Irforman : Safinah Surya Hakim
 Umur : 22 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pendidikan terakhir : Mahasiswi semester 6, PS Konservasi Sumberdaya Hutan
 Tanggal wawancara : 24 April 2012, pukul 14.06-14.46 WIB
 Tempat wawancara : Sekitar Departemen Silviculture, Fakultas Kehutanan - IPB

Wawancara dilakukan di lingkungan Departemen Silviculture yang biasa dijadikan tempat mahasiswa *ngumpul*, mencari informasi memanfaatkan *wi-fi*, berdiskusi atau sekedar bercanda selepas jam kuliah. Wawancara yang dilakukan bersifat santai. Berikut transkrip wawancara yang dilakukan antara informan (S) dan peneliti (P).

P: Assalamu 'alaikum wr. wb, selamat siang mbak. Bisa ngobrol-ngobrol sebentar

S: Wa 'alaikum salam..yaa..

P: Dengan mba siapa ya?

S: Safinah.. Safinah Surya Hakim

P: Begini mba, saya sedang melakukan penelitian mengenai pemaknaan iklan layanan masyarakat tentang hutan yang subyek penelitiannya adalah mahasiswa/I kehutanan di IPB. Kalau mba ada waktu boleh saya mewawancarai mba..

S: Ya boleh..

P: Ok.. Sebelumnya saya akan putarkan terlebih dahulu ILMnya, setelah itu baru wawancara ya..

S: Kira-kira berapa lama ya?

P: Sekitar satu jam, gimana?Mba ada waktu?

S: Oh oke..

P: Baiklah, silahkan dilihat iklannya mba

(..pemutaran iklan layanan masyarakat..)

Informan sedikit terkejut dengan suara burung elang yang memekik di *scene* awal dan selanjutnya terlihat antusias memperhatikan..

S: Oh, udah selesai..

P: Ya seperti itu.. sebagai informasi, ILM ini diputar di 5 stasiun televisi swasta dan TVRI dengan total pemutaran sebanyak 80 spot

S: Kapan itu?

P: Bulan November 2011 selama 2 minggu

S: Ooo..

P: Sebelumnya pernah lihat ILM tentang lingkungan hidup belum? Tentang kehutanan mungkin..

S: Sudah..

P: Di tv ya?

S: Iya..

P: Masih ingat judul atau tema atau pesan yang disampaikan?

S: Masih, mengenai penanaman pohon gitu. *One Man, One Tree* kalau ga salah judulnya. Soalnya waktu itu memang lagi *booming* tentang penanaman pohon gitu.

P: Ooo.. Tapi kalau ILM yang barusan diputar belum pernah lihat sebelumnya ya?

S: ILM itu..

P: Iklan Layanan Masyarakat yang barusan mba

S: Ooo, iya ya..hahhaa..Belum, ga' tau..Mungkin ditayanginnya bukan jam primer..

P: Mmm, kalau pendapat lw mengenai ILM tadi, yang barusan diputar gimana? Menarik apa engga?

S: Engga..

P: Engga?! Kenapa?

S: Iya ga menarik, soalnya suara musiknya serem. Terlalu ekstrim gitu musiknya, sama penempatan logo yang terakhir terlalu lama..ngabisin durasi..jadi ini kaya cuma ngasi informasi aja iklannya

P: Berarti yang kurang apa?

S: Yang kurang itu..kayanya pesannya kurang deh, kayanya pesannya tadi cuma cintai lingkungan gitu aja ya..

P: Kalau pendapatnya mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan sekarang ini?

S: Mmm, berasa kuliah ya ditanya begini.. Mengalami degradasi

P: Kenapa itu?

S: Karena faktor manusia sih..yang utama

P: Manusia?

S: Iya, manusia. Sebenarnya sih kalo kerusakan lingkungan itu emang ga bisa dihindari cuma manajemennya aja yang salah, kaya mmm korupsi, degradasi moral. Sebenarnya kalau semua yang dilakukan sesuai dengan Undang-undang dan kebijakan lainnya sebenarnya bisa berjalan dengan baik gitu.. Cuma ya masalahnya itu tadi..

P: Degradasi moral pihak-pihak terkait itu ya?

S: Iya.. Jadi semuanya mengarah ke yang negatif

P: Yang kurang pesannya itu maksudnya gimana ya?

S: Iya, jadi seharusnya bisa lebih banyak informasi yang ditampilkan walaupun cuma, mmm..berapa lama tadi iklannya?

P: 30 detik..

S: Oh iya 30 detik. Ya harusnya bisa lebih banyak informasinya..seperti ya apa kek gitu. Yang penting ga simpel gitu aja tapi jelas

P: Jelas?!

S: Iya, kalo menurut saya sebaiknya di dalam iklan itu informasi yang ditampilkan harus sebanyak mungkin, jadi masyarakat yang melihat ga perlu mikir setelah nonton iklan itu

P: Kalau kita balik ke ILM tadi, kalau pesan paling penting yang mudah diingat dari ILM tadi apa?

S: Cintai hutan sama fungsi hutan seperti yang tadi ditampilkan di tulisan-tulisan tadi

P: Jadi terlihat jelasnya di tulisannya ya?

S: Iyaa..

P: Mmm, kalo dilihat dari tiga unsur iklan..tulisan, gambar sama suara,

unsur mana yang paling disukai? Kenapa?

S: Gambarnya, soalnya banyak gambar-gambar yang menarik, dibandingin suaranya ya. Ga suka sama suaranya soalnya..

P: Seperti apa tuh gambar yang dibilang menarik?

S: Kaya tadi ada gambar tangan memegang bibit pohon sama yang lain-lainnya juga menarik, jadi tertarik sih dari lihat gambarnya

P: Lebih tertarik lihat gambar-gambarnya ya?

S: Iya, warnanya itu yang bikin menarik, sama perpindahan gambarnya satu ke yang lain bikin kita tertarik

P: Kira-kira maknanya apa yang bisa diambil dari ILM tadi?

S: Mmm, makna ya..maknanya menyajikan informasi mengenai fungsi hutan udah sih itu. Tapi dari informasi itu secara langsung dan gak langsung ngajak yang ngeliat ILM tadi untuk menjaga hutan

P: Nah kalo dari tiga unsur iklan tadi yang tulisan, gambar sama suara kira-kira unsur mana yang mencerminkan makna yang seperti tadi lw bilang itu?

S: Gambarnya

P: Mmm gambarnya ya, kenapa tuh?

S: Soalnya dari gambar tadi bisa keliatan gimana tadi hutan yang bagus sama yang rusak, fungsi masing-masing, kaya pohon yang menyerap CO2..ada gambar daun, tanah, pokonya ya gambarnya..

P: Kalau mengenai komposisi ketiga unsur tadi gimana?Sudah pas apa belum?

S: Mmm..kaya yang tadi dibilang, saya ga suka musiknya, terlalu serem gitu

P: Musik latar seperti apa dong yang cocok?

S: Ya musik kaya instrument-instrumen gitu, ga perlu serem kaya tadi. Saya pernah liat ILM luar di youtube, iklannya tuh menarik banget. Kesannya gak kaku, lucu warna-warni dan musiknya instrumen-instrumen gitu. Disitu digambarin kalau hutan yang lestari itu membuat lingkungan kita nyaman dan sehat

P: Kalau untuk gambar dan tulisannya?

S: Gambar sama tulisannya udah pas sih, cuma logo yang terakhir itu terlalu ngabisin durasi..sayang tiga detik habis cuma untuk logo aja. Harusnya bisa lebih kecil aja dan durasinya dipersempit atau dibarengin dengan informasi lain

P: Jadi kalau menurut lw ILM seperti apa yang bisa dikatakan ILM yang baik itu?

S: ILM yang baik ya..mmm, ILM yang baik itu persuasif, sifatnya persuasif. Keliatan gitu buktinya, ajakannya gitu loh. Keliatan bedanya mana hutan yang rusak mana yang bagus

P: Jadi maksudnya terlihat gitu ya perbandingan mana lingkungan atau hutan yang ditangani secara baik dan mana yang tidak gitu?

S: Iya..

P: Jadi ILM seperti itu yang diinginkan dan dikatakan baik menurut lw ya?

S: Iya..

P: Setelah nonton ILM tadi lw merasa tergerak ga untuk menjaga hutan?

S: Iya dong, anak kehutanan.hehhee..

P: Jadi faktor apa yang paling mendorong anda untuk tergerak menjaga hutan?

S: Ya karena mahasiswi kehutanan. Kan karena ini sih, pengetahuan kita tentang kehutanan ya maksudnya udah banyak..jadi adanya iklan itu juga jadi kaya *reminder* kita untuk menjaga hutan atau lingkungan

P: Kan tadi ada pernyataan dari lw kalau anda tergerak untuk menjaga hutan setelah nonton ILM ini karena anda punya *basic* ilmu kehutanan. Kira-kira menurut lw khalayak tadi akan tergerak untuk menjaga hutan ga setelah nonton ILM ini?

S: Mmm, tergerak ga ya. Kayanya engga deh, engga juga. Mereka cuma dapet informasi kalau hutan rusak, hanya sebatas *awareness*

P: Mmm..

S: Jadi ya masyarakat cuma tau kalo kondisi hutan sekarang tuh seperti ini, stop disitu. Sama sekali ga tergerak buat menjaga hutan. Soalnya diiklan tadi kan cuma dikasi informasi kalo hutan itu gini-gini, gitu-gitu tanpa dikasi tau apa yang harus dilakukan. Paling cuma stop pengrusakkan hutan, itu aja. Mereka ga tau apa yang harus dilakuin, *step-step*nya gitu atau apa kek kayak menanam pohon yang baik itu gimana atau apalah yang bentuknya sebuah tindakan atau kegiatan. Jadi intinya masyarakat tadi hanya nonton, terus diberi tahu kondisi hutan saat ini

P: Kalau menurut lw, ILM tadi itu sebenarnya ditujukan untuk siapa sih?

S: Masyarakat

P: Maksudnya masyarakat disini menurut lw tuh masyarakat luas yang mengkonsumsi ILM ini apa hanya masyarakat yang berada di wilayah sekitar hutan?

S: Ya masyarakat luas yang mengkonsumsi iklan ini sih, terutama masyarakat sekitar hutan..karena mereka dekat dengan hutan

P: Mmm.. kalau menurut lw siapa sih yang paling penting berperan dalam menjaga hutan?

S: Mmm.. siapa yah?! Masyarakat sih

P: Masyarakat yang mana dan seperti apa?

S: Apa ya?! Ya masyarakat luas, ga cuma masyarakat yang berada di sekitar wilayah hutan soalnya hutan itu tanggung jawab kita semua. Kalau hutan rusak kan yang kena dampaknya masyarakat luas, bukan hanya masyarakat sekitar hutan. Jadi ya tanggung jawab semuanya dong

P: Masyarakat luas ya..

S: Iya.. Tapi kan kalo untuk menjaga hutan itu ga cukup cuma masyarakat luas aja, harus multi *stakeholder*, ga masyarakat aja tapi pemerintah ataupun perusahaan yang ikut menikmati hutan juga harus menjaga hutan itu. Jadi intinya semuanya harus sejalan

P: Nah kalo peran pemerintah sejauh ini menurut lw gimana dalam menjaga kelestarian hutan?

S: Mmm..sebenarnya peran pemerintah itu tetep penting ya, tapi menurut saya banyak penyimpangan yang terjadi. Yang paling sering itu tentang penetapan kawasan hutan, ya mas tau sendiri hutan lindung yang harusnya dilindungi kelestariaannya tiba-tiba dibuka untuk tambang atau lainnya. Banyak deh. Tapi ya perannya tetep penting, harus tetep ada pemerintah. Kaya untuk perijinan konsesi kawasan hutan kan yang ngerti pemerintah, masyarakat mana tau tentang kebijakan-kebijakannya. Jadi pemerintah harus tetep ikut berperan

P: Kalo tentang kebijakan-kebijakan pemerintah sendiri gimana?

S: Kebijakan-kebijakannya mah udah bagus mas, bagus banget malah..cuma dalam prakteknya itu banyak oknum yang ga bertanggung jawab. Ya jadi ada lah yang *melenceng*. Balik ke degradasi moral tadi

P: Mmm..kita kembali ke soal ILM tadi ya, kalo anda ingin membuat ILM tentang kehutanan kira-kira ILM seperti apa yang ingin dibuat?

S: Gimana ya?

P: Ya seperti idenya apa, temanya bagaimana, pesan apa yang ingin disampaikan, konsepnya seperti apa, komposisi ketiga unsur tadi atau apa aja terserah..

S: Pesannya ya jangan merusak hutan soalnya idenya kan menjaga kelestarian hutan. Untuk konsepnya pertama akan diangkat fungsi-fungsi hutan itu apa aja sih, seperti apa kondisinya sekarang terus apa yang terjadi jika kita tidak menjaga hutan. Karena menurut gw iklan itu ga bisa bikin untuk mengajak secara langsung, jadi harus ada *awareness* dulu atau informasi gitu

P: Mmm..terus..

S: Ya jadi ILM tuh lebih bagus untuk jadi sarana promosi kegiatan pemerintah selanjutnya yang ingin dilakukan. Kaya contohnya iklan *One Man, One Tree* tadi yang berbarengan dengan kegiatan penanaman sejuta pohon

P: Terus apa yang udah lw lakuin untuk hutan itu sendiri?

S: Mmm.. itu aja sih kaya ikut kegiatan-kegiatan yang di kampus atau fakultas. Kaya penanaman, seminar-seminar gitu sih

P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa?

S: Ada rasa pengen tau sih yang pertama, gimana sih kegiatan penanaman itu. Selain itu menambah pengalaman dan pengetahuan juga

P: Ikut aktif di organisasi ga?

S: Ga begitu aktif sih bang, tapi ikut himpunan mahasiswa emang. Paling ikut kegiatan kalo waktunya kosong, soalnya banyak tugas. Rata-rata tugasnya kan dikasi waktu seminggu, hampir tiap hari juga ada tugas dari masing-masing mata kuliah. Jadi kalo ga kuliah yah dikerjain aja tugasnya deh..

P: Kalo tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan lw tau kalau tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan?

S: Buang sampah di tempatnya, itu contoh kecil yang gampang loh tapi masih aja banyak yang buang sampah sembarangan. Padahal kan udah banyak disediakan tempat sampah. Disediain tapi ga digunakan kan mubazir

P: Wah iya emang sih begitu, masih aja banyak yang sembarangan buang

sampahnya

S: Iya tuh bang, yang sering ngeliat sih temen-temen yang ngerokok, udah abunya ditebar dimana-mana eh puntungnya juga dibuang dimana-mana. Padahal asepnnya aja udah ganggu ditambah ngotorin lingkungan lagi

P: Ditegur gak?

S: Enggak sih, paling ngehindar aja

P: Menurut lw tindakan lw itu efektif ga?

S: Ya enggak juga sih, efektif itu kan kalo banyak yang udah ngelakuin tindakan yang sama kalo ini kan enggak. Paling dari 10 cuma 2 orang yang buang sampahnya bener di tempat sampah yang udah disediakan

P: Gimana dong biar efektif?

S: Harus ada polisi kebersihan kali yah, nilangin yang buang sampah sembarangan. Biar pada kapok gitu, jadi ga ngulangin lagi. Orang Indonesia harus digituin sih baru bisa nurut

P: Wah, ide bagus, ini gw lagi wawancara calon Kapolrinya nih, hehhee..

S: Ya jangan saya deh, ga tega kalau harus marah-marahin orang

P: Oh, oke.. Kalau nyambungin tentang sarana promosi yang seperti tadi lw bilang, kalo untuk lingkungan hidup, hutan lah ya, ILM itu lebih menarik yang seperti ini atau poster, atau iklan yang terdapat di media massa, koran mungkin atau ada jenis lain yang menurut lw pesannya lebih nyampe?

S: Kayanya iklan di tv deh, lebih banyak orang yang lihat dibanding iklan di Koran ataupun poster. Kalo Koran kan ga semua wilayah ada koran, ada juga yang korannya terbit hari senin eh baru masuk ke wilayah itu empat atau sampai seminggu kemudian. Kebanyakan kan masyarakat punya tv walaupun di daerah terpencil. Setidaknya ada satu di kantor kelurahan atau kecamatan mungkin. Tapi pemutaran iklannya tadi ya harus di waktu yang strategis, gak jam sebelas malam juga. Sama aja nanti ga ada yang lihat. Sebenarnya penentuan waktu tayang untuk ILM itu seperti apa sih mas? Kita bayar?

P: ILM ini kan hasil kerjasama ya antara Kementerian Lingkungan Hidup, PH selaku pembuat iklannya dan stasiun TV sebagai bentuk andil dalam penyuksesan program pemerintah. Jadi bisa dikatakan ILM ini bentuk andil tiga pihak tadi dalam kelestarian lingkungan yang notabene merupakan

program pemerintah untuk masyarakat. Salah satu andil yang sangat strategis dan bisa diberikan dari stasiun TV ini ya memberikan *spot*-nya secara cuma-cuma. Namun untuk iklan ini, PH yang memenangi tender dalam proposal tendernya sudah dilengkapi jumlah spot penayangan dan di stasiun TV mana saja yang kesemuanya berpengaruh terhadap nilai tender.

S: Kalau tender gitu kan biasanya yang paling kecil nilainya yang diambil ya mas? Logikanya kalau harga *spot*nya mahal yang utnuk jam primer ya yang diterima yang *spot*nya sedikit dong, ya berarti diputernya ga jam primer..

P: Engga juga sih, kan ada tim penilainya. Tim penilai bisa mengidentifikasi proposal tender mana yang layak atau tidak dan sesuai atau tidak dengan nilai tender yang diusulkannya. Jadi ya keputusannya ada di tangan tim penilai itu

S: Mmm, oh gitu

P: Iyaa.. Kalo lw tipe orang yang gimana sih dalam mengkonsumsi informasi di media, apa alasan utama lw untuk milih media ini loh yang akan lw konsumsi dan bukan media yang itu?

S: Kalo itu sih tergantung dari informasi yang dibutuhkan ya, tapi kadang ada juga yang ikut-ikutan orang lain, hehhee..

P: Kalo terhadap isi dari informasi itu gimana?

S: Ya tergantung isinya juga, kalo kira-kira masuk akal dan ga mengada-ada ya biasanya informasi itu bener. Bisa dibandingin sama gambaran yang kita punya sebelumnya “kira-kira seperti ini loh”. Kalo ternyata berbeda ya dicari deh yang bener yang mana

P: Caranya?

S: Cari informasi dari sumber yang terdekat dari lokasi sumber informasi itu mas, kalo bisa ya dari sumber yang dikenal sama kita, jadi bisa kita percaya deh

P: Kalau boleh tau asalnya darimana ya?

S: Jawa Timur

P: Di?

S: Pasuruan, Bangil

P: Dari lahir sampai sebelum masuk kuliah ini tinggal disana?

S: Iya..

P: Wilayahnya itu seperti apa ya?

S: Kota, disana udah susah kalau nyari hutan. Jauh ke wilayah hutannya, paling yang ada hutan Perhutani, itu juga jauh

P: Waktu tinggal disana itu sudah tertarik dengan kehutanan atau gimana?

S: Engga, ga kepikiran sama sekali tentang hutan

P: Berarti tertarik dengan hutan itu setelah engga tinggal disana?

S: Iya, setelah masuk kuliah kehutanan

P: Kenapa milih kehutanan?

S: Mau jalan-jalan, hehhee..

P: Ya praktek terus sih emang, hhee..

S: Iya sih. Awalnya saya ikut USMI IPB milih konservasi sumber daya hutan karena ada rasa penasaran hutan itu seperti apa. Alhamdulillah diterima disini

P: Tentang budidaya tanaman kehutanan gitu ya

S: Iya..setelah kuliah ini pengetahuan kita mengenai kehutanan banyak bertambah yang dari awalnya nol sampai seperti ini

P: Kalau tentang ILM tadi ya, kira-kira menurut lw masyarakat yang bisa dikatakan “buta” tentang hutan dan menonton iklan tadi, kira-kira gimana?

S: Tetep tersampaikan kok, kan tadi ada tulisan-tulisannya gitu tentang hutan, apa..apa.. Tulisan itu sih yang ngebantu banget buat ngerti tentang iklannya, tapi yak an cuma sampai situ. Mereka gatau musti ngelakuin apa

P: Mmm..

S: Intinya sih iklannya itu cuma bersifat informatif, belum sampai persuasif

P: Oke.. Terima kasih waktunya ya.. Makasih juga jawaban-jawabannya. Sebelumnya boleh minta nomor kontaknya, agar mudah kalau lain waktu mba ada waktu untuk wawancara lagi

S: Sama-sama, iya ini nomornya

P: Oke, makasih

S: Iya..

Nama Informan : Rodlyan Ghufrona
 Umur, Jenis Kelamin : 23 Tahun, Perempuan
 Pendidikan terakhir : Sarjana Kehutanan, Program Studi Silviculture
 Tanggal wawancara : 28 April 2012, pukul 15.13-16.44 WIB
 Tempat wawancara : Taman Koleksi IPB Baranangsiang

Wawancara dilakukan di café yang terletak di lingkungan Kampus Baranangsiang IPB. Sebelumnya peneliti melakukan negosiasi dengan informan untuk menentukan tempat dilangsungkannya kegiatan wawancara. Wawancara yang dilakukan bersifat santai.

P: Assalamu ‘alaikum..

R: Wa ‘alaikum salam. Maaf agak telat, lama nunggunya?

P: Gapapa kok, ya lumayan sih. Tapi ya gapapa juga

R: Iya, maaf ya. Gimana, langsung wawancara?

P: Oiya boleh, udah makan kan?!

R: Udah kok

P: Oke deh, seperti yang kemarin sudah dijelaskan sebelumnya mengenai penelitian ini..jadi gw akan meneliti mengenai pemaknaan iklan layanan masyarakat yang berhubungan dengan lingkungan hidup. ILM yang gw ambil ini judulnya “HUTAN; Sumber Kehidupan Keanekaragaman Hayati”..jadi intinya pemaknaan seperti apa sih yang dimaknaain khalayak setelah nonton ILM ini, begitu..

R: Oke oke..

P: Silahkan dilihat dulu ya iklannya

R: Oke..

(..pemutaran iklan layanan masyarakat..)

Informan terlihat fokus menonton ILM tersebut. Sekali-kali ia mendekatkan matanya agar lebih jelas melihat tulisan yang terdapat pada ILM tersebut.

P: Sebelumnya pernah lihat ILM tentang lingkungan hidup belum? Tentang kehutanan mungkin..

R: Belum.. eh pernah deng..

P: Masi inget iklan apa?

R: Jagalah kebersihan gitu, jangan buang sampah sembarangan

P: Di televisi?

R: Iya, tapi udah lama banget tuh, ampe ga inget kapan

P: Udah lama tapi masi nempel yah pesan di iklannya. Kira-kira kenapa bisa masih inget, padahal udah lama gitu?

R: Hmm.. mungkin karena di iklannya ada dialog yang ngejelasin tentang pesannya. Trus atraktif juga

P: Atraktif gimana tuh maksudnya?

R: Ya ga bosenin gitu.. bahasanya ringan tapi langsung nunjukkin aksinya. Di situ digambarin kaya ada yang buang sampah sembarangan terus diliatin gimana kejadian banjirnya. Deket ama kehidupan sehari-hari deh. Abis itu ada dialog yang nyampein pesannya deh. Dengan gitu kita jadi tau gimana kalo buang sampah sembarangan dan akibatnya. Karena itu sih jadi nempel terus

P: Masih inget ga dibuat oleh siapa ILM jagalah kebersihan yang barusan lw bilang itu?

R: Aduh lupa, hehhee..

P: Kalo ILM yang baru diputer tadi udah pernah liat sebelumnya?

R: Belum

P: Kalau pendapatnya mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan sekarang ini gimana?

R: Lingkungan hidup kita udah rusak, hal ini bisa ditunjukkin dengan adanya banjir dan longsor pada saat musim hujan sama perubahan iklim yang bisa kita rasain sekarang lah. Hal ini pasti terkait dengan rusaknya hutan kita juga, degradasi dan deforestasi hutan akibat konversi lahan, ilegal logging, kebakaran, dan lainnya bisa langsung nyebabin banjir gitu

P: Jadi faktor utama kerusakan lingkungan hidup itu menurut lw apa?

R: Manusia, sebagai pemanfaat dan pengelola lingkungan hidup tersebut

P: Kira-kira kenapa bisa gitu? Kenapa manusia?

R: Yaaaa.... karena ujung-ujungnya penyebab kerusakannya si manusia itu..bisa sengaja atau ga sengaja..maka butuh pembentukan persepsi dan sugesti kepada masyarakat kalo lingkungan hidup rusak, manusia juga yang ngerasain kerugiannya

P: Mmm, kalau pendapat lw mengenai ILM tadi, yang barusan diputar gimana? Menarik apa engga?

R: Dibuat terlalu menarik, jadi bikin ga menarik, hehe..

P: Jadi maksudnya?

R: Ga menarik, terlalu rame dang a jelas. Malah ga nyampe pesannya. Apalagi kalo sampe ditayangin di televisi. Paling tanggapan pertama kali pemirsa liat pasti bilang apaan sih tadi iklannya?

P: Itu emang ditayangin di televisi loh, Bulan November 2011 kemarin selama 2 minggu

R: Oh gitu, waahh..

P: Ditayanginnya juga di stasiun tv swasta dan nasional loh. Stasiun TV swastanya tuh tvOne, RCTI, Indosiar, SCTV, anTV. dan untuk TVRI diputarkannya di TVRI pusat dan Sorong, Papua untuk stasiun lokalnya

R: Ah serius?!

P: Ya bener, begitu kata salah satu staff di Kementerian Lingkungan Hidupnya. Kebetulan staff itu yang ngasi gw video ini dan sempet wawancara dikit waktu itu

R: Oh, kok ga pernah liat ya, hehhee..

P: Berarti menurut lw yang kurang apa dari ILM tadi?

R: Apa dong ya?! Hmm kayanya jangan dibuat kaya *slideshow* gitu deh, ga ngerti jadinya.

P: Itu kesan pertama yg lw dapet ya?

R: Iya, kaya *slideshow*, hehhee.. Pesannya bakal nyampe kalo iklan itu ditayangin di kelas, trus dosennya suruh tonton dan bakal ditanyain tentang apa nanti di ujian, hahaha..

P: Dipaksa harus nonton dan ngerti dong kalo gitu?

R: Iya, hehhee.. Artinya kita mesti bener2 fokus dl baru bisa nangkep maksudnya.. Soalnya pesen untuk supaya jaga hutannya ga ketangkep. Ga

tertarik deh kalo ga dipaksa

P: Hmm..

R: Nah, kita kan tau.. kalo orang lagi nonton tv tuh ga mungkin fokus nonton iklan.. hihi jadi mesti dibuat yang menarik, yang bikin jadi pemirsa fokus ke iklannya..

P: Mmm, kalo dilihat dari tiga unsur iklan..tulisan, gambar sama suara, unsur mana yang paling disukai?

R: Yang mending sih kolaborasi gambar sama suaranya

P: Kalo yang paling diantara dua itu?

R: Gambarnya sih

P: Kenapa gambarnya?

R: Agak menarik lah dibanding suara atau tulisannya tadi. Ga jelas

P: Kira-kira maknanya apa yang bisa diambil dari ILM tadi?

R: Hmm.. jagalah hutan kita karena memberikan banyak fungsi..

P: Itu aja?

R: Tadi lebih ke arah hutan punya fungsi ekologi, kayanya sih..

P: Nah kalo dari tiga unsur iklan tadi yang tulisan, gambar sama suara kira-kira unsur mana yang mencerminkan makna yang seperti tadi lw bilang itu?

R: Yang mencerminkan maknanya sih gambar dan tulisannya. Bisa dilihat disitu, kayak ini gambarnya dan tulisan itu penjelasannya. Suaranya tapi berlebihan, hehhee..

P: Berlebihan gimana nih?

R: Gitu deh.. depannya terkesan jeng jeng jeng jeng

P: Kaget gitu?

R: Iya, kaget tapi ga jelas, Secara keseluruhan suaranya ga selaras atau malah menutupi maksud intinya..

P: Maksudnya mengganggu gitu suara latarnya?

R: Kita malah fokus ama suaranya yang ganggu itu, jadi ga konsen liat iklannya, jadi ya ga nyampe deh pesannya

P: Ooo..Itu to maksudnya

R: Hehhee.. iya

P: Harusnya suara latarnya gmn dong?

R: Kaya gimana ya.. ada campuran suara manusianya juga gitu yang ngomomngin pesennya itu..

P: Mmm, ada prolog sama monolognya gitu ya?!

R: Iya.. trus musiknya mungkin terlalu menyeramkan tadi, hihhi..

P: Kalau kita balik ke ILM tadi, menurut lw pesan paling penting apa sih yang paling mudah diingat dari ILM tadi?

R: Jagalah hutan karena manfaatnya sangat banyak bagi manusia

P: Paling jelas pesannya itu terlihat dari unsur yang mana? Gambar, tulisan apa suara?

S: Mmm.. tulisan sih ya, tapi gambar juga berpengaruh sih. Tapi ya kalo gambar doang ga pake tulisan sih ga bakal jelas juga maksud pesannya

P: Kalau mengenai komposisi ketiga unsur tadi gimana? Sudah pas apa belum?

R: Belum..

P: Kenapa dong?

R: Gw agak susah jawabnya nih, soalnya kombinasinya ga menarik, hihhi.. Perlu di *re-design* supaya ga kaya *slideshow* yang bermusik serem, hahahhaa..

P: Makasi masukannya loh

R: Iya iya, sama-sama, hehhee..

P: Harusnya komposisinya gimana tuh? Komposisi suara, gambar sama tulisannya ya?!

R: Mmm yah selarasnya.. Pokonya selaras gitu ya, pas, cocok gak kurang dan gak lebih deh. Intinya ILM itu kudu ringan & ga lebay tapi pesennya nyampe ke sasaran

disini kita harus tau sekmennya mau ke kalangan apa, trus disesuaikan deh, hehhee..

P: Setelah nonton ILM tadi lw merasa tergerak ga untuk menjaga hutan?

R: Kalo dari iklanny sih pesennya ga nyampe, ya jadi ga tergerak. Gw lebih tergerak dan setuju sama iklannya karena gw dari kehutanan. Karena udah ngerti dan paham kalo jaga hutan itu penting

P: Hmm.. Nah kalo yang nonton itu bukan orang kehutanan, gimana

menurut lw?

R: Hmm.. Paling cuma sekedar ngingetin aja

P: Ngingetin gimana?

R: Yaa orang kebanyakan udah tau klo jaga hutan itu penting. Jadi kalo liat iklan itu ya sekedar "oh, ok.. udah sering denger kok"

P: Mmm.. Jadi menurut lw faktor apa yang paling bisa mendorong orang buat ikut ngejaga hutan?

R: Mm.. faktor kesamaan kepentingan. Secara umum orang akan tergerak kalo disinggung kepentingannya..

P:Mmmm.. terus?!

R: Kalo dikaitkan dgn kerugian yang akan diperoleh "target iklan" kalo ga ngelakuin hal yang disampein di pesannya, mungkin akan lebih tergerak..

P: Lw optimis ga sebuah ILM akan bisa menggerakkan orang atau masyarakat untuk ikut menjaga lingkungan?

R: Mmm.. itu bisa jadi salah satu cara sih, tapi bukan ILM yang di design asal-asalan. Ampuh kok kalo di design dengan bener, ditayangin di waktu yang tepat juga ya..

P: Kalau tentang ILM tadi ya, kira-kira menurut lw masyarakat yang bisa dikatakan “buta” tentang hutan dan menonton iklan tadi, kira-kira gimana?

R: Langsung tergerak sih engga, tapi bisalah untuk ngasih tau kalo jaga hutan itu penting.. Tapi bakal langsung lupa karena sekedar akan dibaca itu juga kalo nonton iklan itu berkali2 n agak fokus liatin bacaannya

P: Jadi?

R: Ya kemungkinannya kecil banget sih

P: Kalau menurut lw, ILM tadi itu sebenarnya ditujukan untuk siapa sih?

R: Masyarakat umum

P: Serluruh warga Negara ya?!

R: Nah iya, semua lapisan masyarakat pokoknya. Baik yang di sekitar wilayah hutan maupun yang gak di sekitar wilayah hutan

P: Mmm.. kalau menurut lw siapa sih yang paling penting berperan dalam menjaga hutan?

R: Masyarakat umum juga

P: Mmm..

R: Seluruh lapisan masyarakat tadi ya

P: Nah kalo peran pemerintah sejauh ini menurut lw gimana dalam menjaga kelestarian hutan?

R: Peran pemerintah di tingkat nasional dan perencanaannya sih udah cukup baik ya, tapi biasanya terhambat di proses penerapan di lapangan..

P: Kira-kira kenapa bisa gitu?

R: Tergantung manusia pengelolanya sih, moralitas bangsa, hahahaha.. beraatt

P: Waahh..

R: Hahaahhaa..

P: Ikut organisasi gak selama kuliah?

R: Ya ikut, gw sempet jadi pengurus Masyarakat Rumput dan ikut beberapa kepanitiaan *Tree Grow Community* pengen belajar bekerja secara kelompok dengan baik dan sesuai target sih tujuannya, hahaha.. jadi ga individualis

P: Ooo..

R: Iya, karena ada kaitannya dengan kehutanan juga sih, jadi bisa tau gimana rasanya mengorganisir seperti kegiatan penghijauan atau nyusun kegiatan upaya rehabilitasi/penghijauan lingkungan gitu, hehhee..

P: Apa yang sudah lw lakuin untuk hutan itu sendiri?

G: Mmm apa yah, banyak sih. Kaya ikut kegiatan penanaman gitu. Sering juga ikut kepanitiaan-kepanitaan kegiatan pelatihan atau seminar-seminar gitu yang pesertanya itu masyarakat di desa sekitar hutan. Disitu kita jelasin deh manfaatnya kalo ikut menjaga hutan itu apa aja keuntungannya, supaya mereka ngerti kali hutan itu harus dijaga biar lestari

P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa?

G: Cari pengalaman sih sama memperluas *link*. Dari kegiatan itu kan kita bisa lebih banyak ketemu orang jadi banyak pengalaman dan pengetahuan yang bisa diambil deh

P: Kalo contoh tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan sadar kalao tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan?

G: Gw sih suka buang sampah ga sembarangan, sampe-sampe kalo ga ada

tempat sampahditaro dulu di tas atau dikantong sampahnya. Baru nanti kalo udah ketemu tempat sampah dibuang deh. Sampah yang kecil gitu ya, kaya bungkus permen gitu. Kalo sampah lain yang kira-kira ga muat di kantong ya bela-belain cari tempat sampah. Pasti ada kok, ga mungkin ga ada deh tempat sampah

P: Nah, menurut lw tindakan lw itu efektif ga?

G: Efektif dong, harus efektif. Kalo ga efektif ya ga usah dilakuin, hahhaa..

P: Ahahahhaa.. Terus gimana tuh cara lw ngeliat oh ini udah efektif?

G: Mmm.. bisa diliat dari lingkungan sekitar kita sih. Kalo keliatan bersih ya berarti udah efektif, kalo belom ya ga efektif

P: Yang keliatan sekarang gimana?

G: Ya belom efektif sih, hahahhaa.. Setidaknya gw udah mengefektifkan diri untuk ikut jaga kebersihan, hehhee..

P: Nih kalo misalkan lw akan membuat sebuah ILM tentang kehutanan, ILM seperti apa yang akan lw buat?

R: Saya akan buat ILM yang bahasanya ringan tapi disitu ditunjukkan gimana aksi yang menggambarkan kalo kita mau ikut menjaga kelestarian hutan itu harus gini harus gitu loh. Jadi kaya seperti ngasih contoh gitu. Di ILMitu juga digambarin ini loh hasilnya kalau kita melakukan itu sama digambarain juga nah ini akibatnya kalo kita gaikut andil dalam menjaga hutan. Untuk pesannya bakal disampein lewat narasi gitu, ga pake tulisan-tulisan gitu, bikin ga fokus ngeliat iklannya tuh tulisan.

P: Oke, terus..

R: Mungkin ILMnya akan lebih baik ditujukan ke sekmen anak-anak sampai remaja aja. Dengan iklan yang ringan, menarik, dan pesan yang ga begitu berat terus ditayanginnya pas di sela-sela iklan pas jam anak-anak sampai remaja nonton tv, kaya pas jam kartun gitu misalnya

P: Kenapa?

R: Kalo ke anak-anak dan remaja jadinya pesan yang disampaikan akan bisa tertanamkan sejak dini sehingga akan membentuk moral cinta lingkungan yang mendalam pas mereka gede nanti pas di masyarakat atau mungkin pas sudah jadi pejabat atau pengusaha yang ikut memanfaatkan dan mengelola hutan. Lebih bagus kan..

P: Kalau boleh tau asalnya darimana ya?

R: Garut

P: Kondisi wilayahnya itu seperti apa ya?

R: Mmm.. Kalo yang dekat rumah sih banyak bukit-bukit dan kebun gitu, seperti desa umumnya deh.. Kebun-kebun itu yang ngelola masyarakat sendiri karena ya memang punya mereka jadi banyak dicampur tanaman pertanian..

P: Posisinya dari hutan itu ga jauh dong berarti ya? Bisa hampir tiap hari ke hutan dong..

R: Agak ke belakang lagi sedikit sih ada hutan di belakang rumah, hutan campuran gitu deh karena diseling ama tanaman atau pohon-pohonan yang memang dibutuhkan untuk sehari-hari..

P: Enak dong ya

R: Iya dong, sejuk..

P: Berarti tertarik dengan hutan emang dari saat tinggal disana ya?

R: Ya tertarik, tapi ga kepikir bakal jadi mahasiswa kehutanan.hahhaa.. Suka alam aja sih sebenarnya..

P: Jadi itu alesannya milih kuliah di bidang kehutanan?

R: Ga juga sih, kelempar gitu sebenarnya. Tapi setelah kelempar ya jadi tertarik dan ingin memperdalam. Nanti rencananya mau ngambil S-2 juga biar lebih banyak ilmu kehutanan yang diperoleh

P: Wih hebat

R: Ah enggak ah, hehhee..

P: Oke deh, sudah selesai nih wawancaranya

R: Wah udah beres, ga kerasa ya satu jam lebih ngobrol

P: Kerasa sih, kerasa haus, hehhee..

R: Iya sih. Ini penelitian buat tesis ya?

P: Iya.. Kalau mau pesen minum silahkan lho

R: Ah gak usah, ini mau langsung pulang aja, takut keburu hujan

P: Oke lah kalau begitu, makasih ya sekali lagi. Nanti kalau ada yang kurang boleh wawancara lagi kan?!

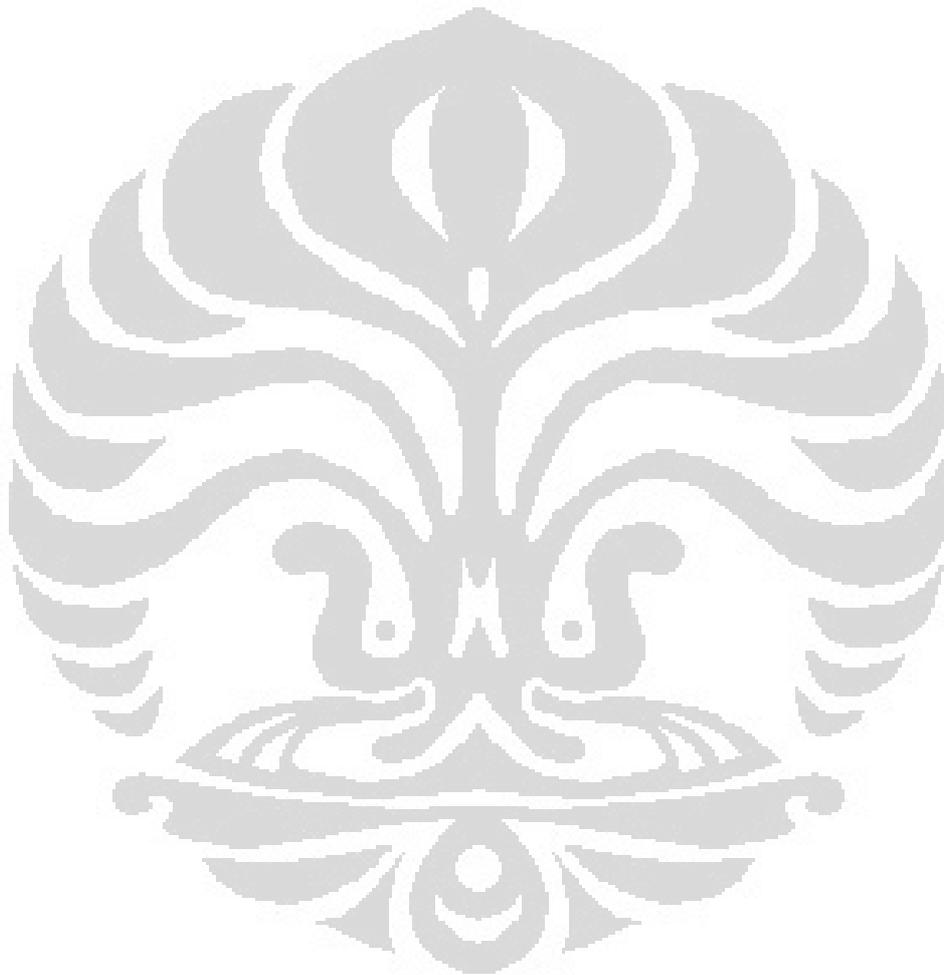
R: Iya boleh

P: Oke deh..

R: Dulu ya

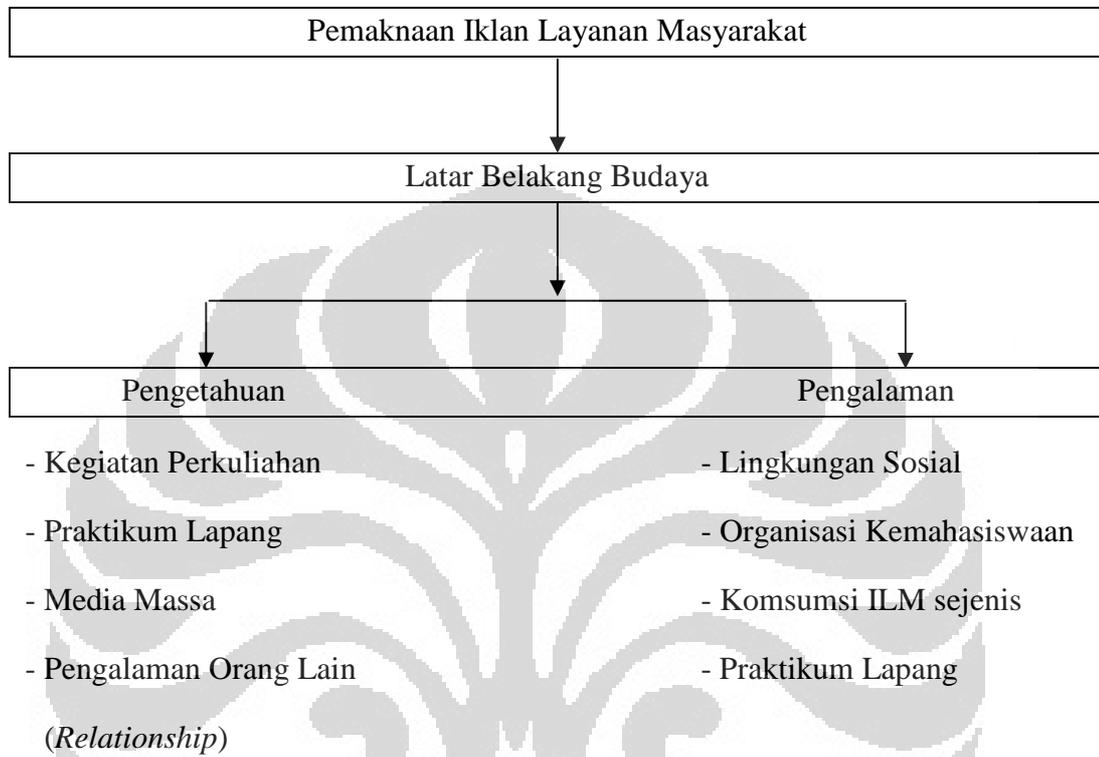
P: Oke, makasih lagi ya

R: Siiipp..



Lampiran 2. Koding Hirarki Informan: *Open Coding, Axial coding dan Selective Coding*

Pemetaan Koding Hirarki



OPEN CODING HASIL WAWANCARA

Nama Irforman/Kode : Umar Atik/Informan 1
 Umur, Jenis Kelamin : 20 tahun, Laki-laki
 Pendidikan terakhir : Mahasiswa semester 4, Program Studi Silvikultur
 Tanggal wawancara : 24 April 2012, pukul 12.00-13.05 WIB
 Tempat wawancara : Sekitar Departemen Silvikultur, Fakultas Kehutanan – IPB

Konsep	Transkrip	Catatan
Penjelasan mengenai obyek penelitian	<p>P: Itulah ILMnya U: Oh sudah, saya kira lama bang P: Durasi untuk ILM ya emang segitu U: Oohh.. P: Sebagai informasi, ILM ini diputarkan di 6 stasiun TV swasta dan pemerintah selama 2 minggu di bulan November 2011 dengan total 80 spot atau jam tayang. Stasiun TV swastanya yaitu tvOne, RCTI, Indosiar, SCTV, anTV. dan untuk TVRI diputarkan di TVRI pusat dan Sorong, Papua untuk stasiun lokalnya U: Cukup banyak ya, tapi kok belum pernah lihat ya. Mungkin pas lagi praktek di hutan kali ya, hehhee..</p>	
Pendapat mengenai obyek penelitian dan unsur dari yang paling menarik	<p>P: Gimana kesan pertama setelah melihat ILMnya?Baru pertama kali lihat ILM ini kan?! U: Ya baru pertama kali lihat sih. Kalau kesan pertamanya iklan ini seperti memberikan kita pesan-pesan kecuali yang awalnya yang seperti ada suara kaya ledakan gitu “<i>daarr</i>” terus digambarkan tulisan hutan yang dipotong tengahnya</p>	

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>sampai ngeluarin darah terus dilatarnya ada gambar kebakaran hutan. Pesan-pesannya sih bisa keliatan di tulisan-tulisannya tadi, seperti daun pada pohon yang fungsinya menyerap CO2 dan yang lainnya tadi</p> <p>P: Kalau pendapat tentang ILM tadi gimana?Menarik apa engga?</p> <p>U: Iklan layanan masyarakat yang tadi ya, bagus sih menurut saya. Maksudnya mmm dari yang pembukaannya itu udah ngasi gambaran hutan itu keadaannya kaya gini loh, ada pengrusakkan, penebangan yang semuanya digambarkan dengan tulisan-tulisan yang di foto. Kebakaran hutan juga, terus dari situ juga ada yang dijelaskan tentang fungsi-fungsi hutan ada penyerap CO2 dan penghasil O2. Jadi ada kesan yang nempel gitu</p> <p>P: Jadi kalau dilihat dari tiga unsur iklan tadi -gambar, tulisan dan suara- unsur mana yang paling menarik?</p> <p>U: Suara</p> <p>P: Mmm suara ya?!</p> <p>U: Iya, tertarik sama suaranya, apalagi suara ledakan pas awalnya <i>opneningnya</i> itu. Jadi ngebuat kita penasaran selanjutnya bagaimana</p>	<p>Informan merasa tertarik dengan ILM yang disajikan. Pesan-pesan dalam ILM bisa dimengerti informan dari tulisan-tulisan yang disajikan</p>
<p>Pengalaman mengenai ILM lain yang sejenis</p>	<p>P: Sebelumnya udah pernah lihat ILM di TV?</p> <p>U: Pernah bang, iklan kesehatan kaya Posyandu sama waktu itu musim-musim kampanye dan menjelang pemilu banyak kan tuh iklan-iklan layanan masyarakat</p> <p>P: Kalau untuk ILM kehutanan sendiri sudah pernah lihat?</p> <p>U: Oh, iklan kehutanan ya. Udah juga sih, iklan penanaman pohon gitu,tapi lupa judulnya</p> <p>P: Bukan ILM yang barusan diputarkan berarti ya?!</p> <p>U: Iya bukan, <i>One Man, One Tree</i> kalau ga salah nama iklan yang waktu itu</p> <p>P: Lihat di?</p> <p>U: Televisi</p> <p>P: Pesan apa yang bisa diambil sama lw ketika sudah menonton iklan <i>One Man,</i></p>	<p>Informan sudah pernah melihat ILM sejenis yang bertemakan hutan. Tema pesan tersebut masih diingat dengan baik oleh informan</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>One Tree itu? U: Disitu digambarkan kalau kita bisa ikut menjaga lingkungan sekitar dengan menanam satu bibit pohon. Satu bibit pohon itu sangat berarti dibanding enggak sama sekali. Jadi intinya iklan itu menyarankan kita untuk menanam pohon sebagai andil dari melestarikan hutan di Indonesia</p>	
Pendapat mengenai kondisi lingkungan hidup –khususnya hutan-	<p>P: Kalau mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan di Indonesia saat ini menurut lw gimana? U: Oh iya jadi menurut saya gini ya bang, jadi menurut saya saat ini kondisi hutan perlu adanya mmm udah era rehabilitasi bukan era eksploitasi lagi. Karena kondisi hutan yang kita tau sekarang, seperti hutan-hutan yang ada di Kalimantan Sumatera udah banyak yang dikonversi jadi penggunaan lahan lain. Yang dulunya hutan alam sebagai paru-paru dan penghasil oksigen misalkan, sekarang udah jadi pemukiman soalnya kan jumlah penduduk meningkat, terus juga perkebunan HTI-HTI gitu. Jadi mungkin menurut saya hutan eranya sekarang ini bukan untuk dieksploitasi lagi, tapi udah harus direhabilitasi untuk kembali ke <i>back to nature</i>-lah, hehhehe..</p>	Saat ini hutan memerlukan rehabilitasi karena kondisinya yang sudah memprihatinkan
Pendapat mengenai makna yang disajikan	<p>P: Kira-kira makna apa yang bisa lw ambil setelah liat ILM tadi? U: Maknanya itu digambarkan kondisi hutan dari awalnya, terus setelah itu masuk dari manfaat hutan itu sendiri gitu. Sampai terakhir hutan digambarkan rusak dan itu memang menggambarkan kondisi hutan yang ada saat ini P: Kalau dilihat dari tiga unsur iklan tadi -gambar, tulisan sama suara- unsur mana yang sangat menggambarkan makna yang lw bilang tadi? U: Tulisan P: Tulisannya ya, kenapa tuh? U: Ya, dari tulisannya kan kita ngelihat penjelasan kondisi hutan sekarang tuh seperti gitu loh. Jelaslah setelah kita baca tulisannya</p>	Makna yang ditangkap menurut informan adalah penggambaran kondisi hutan saat ini. Informan memperoleh makna dalam ILM dari tulisan yang disajikan pada ILM
Pendapat mengenai komposisi unsur	<p>P: Mmm, kalau komposisi tiga unsur tadi dalam ILM ini menurut lw gimana? U: Komposisinya ya, mmm..</p>	Informan menganggap durasi tulisan yang

Konsep	Transkrip	Catatan
gambar, tulisan dan suara yang disajikan	<p>P: Ya mungkin seperti gimana porsi masing-masing tiga unsur itu, apa sudah pas porsinya atau seperti apa menurut lw?</p> <p>U: Mmm, tulisannya itu. Pergantian tulisannya dari yang satu ke yang lain agak terlalu cepat durasinya, jadi agak kurang jelas atau gak harus bener-bener fokus nonton iklannya biar bener-bener ngerti kitanya bang</p> <p>P: Terus..</p> <p>U: Kalo untuk komposisinya ya harus merata, masing-masing 30 lah ya biar adil</p> <p>P: Nah yang 10 lagi?</p> <p>U: Oiya, kemana ya.hehhhehhee..</p>	disajikan terlalu cepat sehingga dibutuhkan fokus yang lebih untuk mengerti
Pendapat mengenai pesan yang disampaikan	<p>P: Pesan apa yang paling penting yang bisa lw tangkep dari ILM tadi?</p> <p>U: Pesan yang paling penting menjaga hutannya</p> <p>P: Unsur mana dari ketiga unsur tadi yang menurut lw paling nunjukkin pesan yang ingin disampaikan dari ILM tadi?</p> <p>U: Mmm, pesannya itu terlihat dari tulisannya tadi bang. Kan ada tadi tuh “STOP! Perusakan Hutan”. Ya dari situ keliatan pesannya apa</p>	Pesan yang diperoleh informan adalah pentingnya menjaga hutan dan terlihat pada tulisan yang disajikan
Pendapat mengenai ILM yang baik	<p>P: Antara kuantitas dan kualitas dari ILM, lebih baik yang mana menurut lw?</p> <p>U: Yang penting kualitasnya bang, kalo jelek banget nanti pas waktu iklannya mau tayang langsung diganti <i>channel tv</i> nya, hehhee..</p> <p>P: Kualitas ya?!</p> <p>U: Iya bang, ya walaupun semakin banyak iklannya semakin gede juga kesempatan orang ngeliat tapi kan nanti kalo liat iklan yang kualitasnya gak bagus paling tanggepannya “<i>ini apa siihh</i>”. Jadi pesannya ga bakalan sampe, yang ada malah jadi gak suka dengan instansi yang ngeluarin iklan itu, bisa timbul kesan atau pendapat-pendapat yang negatif nantinya. Misalkan cuma ada satu iklan terus diputernya cuma satu hari sekali, kalau bagus kan akan tumbuh rasa penasaran bang, “<i>seperti apa sih iklannya, kok sampe dibilang bagus banget</i>”. Terus akhirnya mereka yang penasaran nyari sendiri iklan itu di <i>youtube</i> mungkin, ditonton deh bang</p>	Menurut informan ILM yang baik adalah ILM yang bersifat aplikatif sehingga terlihat perlunya partisipasi aktif dari masyarakat

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat mengenai segmen target ILM	<p>P: Ya..ya..</p> <p>P: Jadi menurut lw ILM ini ditujukan kepada siapa? U: Ya ditujukan kepada orang sekitar hutan tentunya</p> <p>P: Masyarakat sekitar hutan maksudnya? U: Oh iya, iya masyarakat sekitar hutan, hehehhee.. Tapi sebenarnya khalayak umum juga bisa sih, mungkin prioritasnya ya masyarakat yang letaknya di sekitar hutan</p> <p>P: Jadi.. U: Khalayak umum sih bang, hehhee.. Soalnya gw ngerti iklannya, gw ngerti padahal kan gw bukan masyarakat sekitar hutan. Gw ngerti apa yang disampaikan dari ILM tadi. Jadi masyarakat umum sih bang yang ditujuinnya</p>	<p>Informan berpendapat bahwa ILM tersebut ditujukan untuk masyarakat yang berada di sekitar hutan</p>
Pendapat mengenai khalayak awam yang menonton ILM	<p>P: Menurut lw kalau iklan ini ditonton sama masyarakat yang bukan “orang kehutanan”, gimana pendapat nya? U: Mm.. Tetep ngerti sih bang, ngerti sama pesan sama makna iklan tadi. Soalnya keliatan dan dijelaskan di tulisan-tulisan tadi. Ya kecuali masyarakat yang nontonnya ga bisa baca bang, hehhee..</p> <p>P: Waahh, hahhaahhaa.. U: Iya bang, tulisannya yang paling bantu buat kita ngerti tentang iklan tadi. Kalau ga buta huruf ya ga bisa berarti</p>	<p>Khalayak awam tetap akan mengerti arti pesan yang disampaikan karena terlihat jelas di tulisan-tulisan yang disajikan</p>
Pendapat mengenai kekuatan sifat persuasif ILM	<p>P: Nah tadi kan lw bilang kalo ILM ini ditujukan untuk masyarakat umum, gimana pendapat lw masyarakat yang sudah menonton ILM ini, kira-kira mereka tergerak ga untuk ikut menjaga kelestarian hutan? U: Mmm, enggak</p> <p>P: Enggak yah, alasannya? U: Menurut saya masyarakat umum yang nonton iklan tadi cuma sampe batas cukup tau aja tentang kondisinya saat ini itu begitu, udah sampe situ</p> <p>P: Kenapa tuh? U: Soalnya kita ga tau apa yang harus kita perbuat itu apa, seperti apa. Tadi kan di</p>	

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>iklannya cuma dipaparin begini loh kondisi hutan kita sekarang, manfaat hutan itu seperti apa aja terus kita ngapain? Nah gitu bang</p> <p>P: Mmm..</p> <p>U: Iya, disitu ga ada himbauan untuk kita harus ngapain-ngapain</p> <p>P: Jadi..</p> <p>U: Ya harusnya iklannya disertain himbauan-himbauannya, ngejelasin lah kita harus bagaimana. Itu nyambungin ILM yang baik tadi seperti apa bang</p> <p>P: Oo, oke..</p> <p>U: Ada langkah-langkah apa sih yang harus dilakuin setelah iklan tadi ditonton, kaya gitu deh</p> <p>P: Yakin ga ILM ini bisa menggerakkan khalayak untuk ikut menjaga lingkungan khususnya kelestarian hutan?</p> <p>U: Lebih ke arah pengetahuan aja, ILM tadi lebih kesitu. Gini loh hutan tuh, manfaatnya seperti ini, kondisinya seperti ini. Tapi ya balik lagi ke yang tadi itu, belum ada anjuran kita ngapain-ngapainnya</p> <p>P: Mmm..</p>	<p>Informan berpendapat bahwa masyarakat hanya mengerti pesan yang disampaikan, tidak sampai tergerak untuk ikut menjaga hutan</p>
<p>Pendapat mengenai pemegang peranan penting dalam menjaga hutan</p>	<p>P: Menurut lw siapa yang megang peranan penting untuk menjaga lingkungan khususnya kelestarian hutan?</p> <p>U: Masyarakat sih, tapi ga masyarakat juga. Pemerintah, perusahaan yang memanfaatkan juga harus ikut andil. Semuanya saling terkait bang satu sama lain, tidak bisa terpisahkan. Tapi ya peran paling penting dipegang masyarakat karena masyarakat ini kan perannya besar sekali. Nih kalo pemerintah buat suatu kebijakan misalnya, terus masyarakatnya ga mendukung atau ga ikut ambil bagian, ya ga bakal jalan kan tuh bang kebijakannya. Kalau untuk perusahaan yang ikut memanfaatkan hutan kaya HTI-HTI gitu, ya mereka bisa ikut melestarikan hutan dengan misalnya melakukan penanaman kembali hutan yang sebelumnya sudah dibuka oleh mereka. Pokonya pemerintah, masyarakat, dan perusahaan punya peran masing-masing bang</p>	<p>Masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta yang ikut memanfaatkan hutan memiliki peranan yang sama penting</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat jika informan akan membuat sebuah ILM kehutanan	<p>P: Mmm..</p> <p>P: Kalau misal lw mau bikin ILM tentang kehutanan, ILM seperti apa sih yang mau lw buat?</p> <p>U: Konsep besarnya sih semacam gerakan gitu mas, gerakan <i>youth, movement</i>nya jadi kayak semacam dokumentasi gitu bang. Dokumentasi kegiatan misal penanaman satu juta pohon, disitu ditampilkan gimana proses kita dari awal sampai akhir. Ya di sesuaikan dengan durasi yang 30 detik tadi mas. Gunanya untuk memberikan kita gambaran terhadap kegiatan selanjutnya yang akan dilakukan. Jadi ga ngasi informasi tentang hutan aja mas. Lebih ke arah situ sih</p> <p>P: Semacam “begini loh kegiatan yang sudah kita lakukan sebelumnya” gitu ya?</p> <p>U: Iya, jadi kelihatan disitu mas anjurannya masyarakat tuh harus ngapain sih, apa sih yang harus dilakukan untuk ikut menjaga lingkungan hutan. Setidaknya masyarakatnya sudah melihat contohnya, langkah-langkahnya itu seperti apa. Gitu aja sih</p>	Informan akan membuat ILM dengan tema besar sebuah gerakan untuk menjaga kelestarian hutan sebagai contoh kongkrit apa saja yang harus dilakukan untuk menjaga hutan
Saran dan tanggapan terhadap pemerintah (KLH)	<p>P: Mmm.. Kalo saran buat kementerian lingkungan hidup terkait ILM tadi apa?</p> <p>U: Mungkin dibuat tim khusus gitu ya mas untuk bikin ILMnya, jadi mereka ikut andil ngonsep, ambil gambar mungkin, ngedit, masukin suara latar mungkin, sampe penetapan waktu tayangnya iklan itu. Kalau emang perlu ya minta pendampingan gitu dari yang ngerti tentang <i>broadcasting</i> gitu, bisa dari universitas atau para ahli gitu. Supaya akhirnya masyarakat bisa lebih ngerti pesan yang disampaikan sama tindakan apa yang harus dilakukan. Harus bagaimana sih sebenarnya</p> <p>P: Timnya itu seperti apa?</p> <p>U: Timnya itu harus punya inisiatif yang tinggi buat bikin iklan yang seperti tadi saya bilang bang, bisalah kerjasama dengan mahasiswa-mahasiswa biasanya kan mereka lebih bisa ngeliat sebenarnya masalahnya itu apa sih. Ya tapi jumlah timnya harus lebih banyak orang kementerian lingkungan hidup itu ya, mahasiswa-mahasiswa ini cuma bantu loh bang</p> <p>P: Mmm..</p>	Informan berpendapat perlu adanya tim khusus dalam membuat ILM dengan didampingi para ahli periklanan dan universitas agar pesan pada ILM yang diproduksi lebih tersampaikan

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>U: Kalo untuk dananya kan ya pasti ada kan ya bang, tiap tahun gitu ada anggarannya untuk buat ILM atau bagaimana?</p> <p>P: Ya, untuk anggaran pasti ada ya tapi ga spesifik hanya khusus untuk bikin ILM ya. Mungkin posnya ada di satu kesatuan anggaran pendidikan dan pelatihan lingkungan hidup untuk masyarakat. Kan bukan cuma ILM aja yang dibuat, kayak buku-buku pendidikan tentang lingkungan, poster atau spanduk juga, iklan di media cetak juga, pengadaan pelatihan tentang pendidikan lingkungan hidup dan masih banyak lagi. Mungkin seperti itu</p> <p>U: Ooo.. Ya bisa sih bang, ga harus tiap tahun juga sih bikin ILMnya</p>	
Pendapat mengenai pemilihan media ILM	<p>P: Nah Kalau menurut lw pesan atau makna dari iklan mengenai lingkungan hidup khususnya hutan itu lebih tersampaikan lewat media mana? ILM seperti ini yang ditampilkan di media elektronik, bisa televisi atau radio, atau di media cetak, atau media yang seperti apa? Kenapa tuh?</p> <p>U: Yang seperti ini bang, yang di media televisi. Soalnya lebih <i>eye-catching</i>..</p> <p>P: Ooo..</p> <p>U: Iya bang, lebih menarik yang seperti ini di televisi. Ada gambar, tulisan sama suara latarnya itu kan bikin lebih bagus</p> <p>P: Mmm, jadi karena ILM yang diputar di media televisi terlihat lebih menarik dibanding lewat media lain ya?</p> <p>U: Iya bang. Selain itu jumlah yang liat itu juga sih bisa lebih banyak. Sekarang kan hampir semua rumah ada tv, malah ada yang sampe 4 tv satu rumah, yang ditaro di tiap-tiap kamar gitu. Lebih tinggi jadi kesempatan ada yang lihat iklannya bang</p> <p>P: Kalo lw termasuk orang yang gimana terhadap informasi-informasi yang disajikan oleh media?</p> <p>U: Maksudnya bang?</p> <p>P: Ya lw tipe orang yang gimana sih dalam mengkonsumsi informasi di media, apa lw akan memilih yang cuma lw butuhin aja, apa lw mungkin milih-milih</p>	Informan berpendapat bahwa media televisi karena lebih menarik

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>hanya media ini loh yang bakal lw konsumsi atau gimana? U: Kalo saya sih ga begitu milih-milih bang, karena lumayan rajin membaca, hehhhee..jadi saya ga milih-milih. Apa aja saya konsumsi bang kalo emang ada informasi mengenai kehutanannya. Tapi ya lebih milih media yang nyediain informasi yang saya butuh sih bang</p> <p>P: Kalo terhadap isi dari informasi itu gimana? U: Kalo kaitannya sama isinya sih saya suka ga langsung percaya bang, soalnya banyak yang melenceng. Banyak informasi yang ditampilin di media itu ga sesuai dengan yang aslinya. Kalo ga bisa liat langsung kondisinya, ya caranya saya liat beberapa media lain yang nampilin informasi yang sama, dari situ bisa diliat sebagian besar media nampilin informasinya seperti apa sih. Terus kalo belum yakin ya tanya-tanya temen atau senior yang kira-kira paham bener</p>	
Deskripsi singkat mengenai bidang pendidikan yang digeluti informan	<p>P: Eh ngomong-ngomong kuliah disini ngambil program studi apa? U: <i>Silviculture</i></p> <p>P: Semester? U:Empat bang</p> <p>P: Mmm.. Sebelum kuliah di sini, sebelum ngambil ilmu kehutanan udah tertarik dengan hutan atau seperti apa? U: Belum tertarik bang, belum tau hutan itu gimana, kondisinya seperti apa. Belum punya informasi sedikitpun lah istilahnya</p> <p>P: Nah terus kenapa masuk kuliah ngambil kehutanan? U: Karena terjebak di jalan yang benar, hehhee..</p> <p>P: Maksudnya? U: Iya bang, saya masuk sini kan SPMB, jadi ya sedikit <i>gambling</i> diterima atau enggaknya, hehhee..</p>	Informan mengambil jurusan ilmu kehutanan karena faktor ketidaksengajaan
Deskripsi singkat daerah asal informan	<p>P: Asalnya darimana emang? U: Tangerang bang, Karawaci</p>	Informan berasal dari perkotaan dan jauh dari

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: Lokasinya dengan hutan gimana? U: Jauh banget bang, kota.hehhhee.. Banyak gedung sama mobil bang</p> <p>P: Mmm.. U: Ya begitu bang, setelah kuliah ini dapet banyak informasi dan pengetahuan tentang kehutanan yang sebelumnya ga punya <i>basic</i> sama sekali</p>	hutan
Pendapat mengenai kegiatan kongkrit yang sudah dilakukan informan dalam andil menjaga kelestarian hutan	<p>P: Lalu apa yang sudah lw lakukan untuk hutan itu sendiri? U: Apa bang?Sempet berkali-kali ikut kegiatan penanaman gitu, terus saya juga ikut aktif di himpunan mahasiswa <i>Tree Growth Community</i>, ikut berbagai kegiatan pemeliharaan hutan juga seperti sebagai relawan membersihkan sampah-sampah, dan banyak lagi bang</p> <p>P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa? U: Mmm, yang pertama mencari pengalaman mengenai lingkungan hidup dan juga ikut memberikan kontribusilah untuk kelestarian hutan</p> <p>P: Kalau alasan lw ikut aktif di organisasi, mmm TGC ya kalau ga salah namanya tadi, apa? U: Selain untuk memperbanyak teman, karena disitu kan kita bisa kumpul sama senior-senior yang sebelumnya ga pernah ketemu, bertukar informasi, berita tentang kegiatan dan pengetahuan kehutanan. Selain itu juga yah saya bisa lebih merasa lebih cinta terhadap kehutanan, kan lebih sering ke hutannya bang</p> <p>P: Selain itu? U:Mmm.. Lebih apa yahh, mmm..dapet uang jajan tambahan juga bang, dari proyek-proyek gitu. Ya walaupun ga gede lumayanlah, kita kan mahasiswa, hehehhee..</p> <p>P: Kalo contoh tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan sadar kalau tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan? U: Mmm.. apa yah, ini aja sih bang kaya ngerjain tugas kuliah pake kertas bekas gitu. Kertas bekas yang belum rusak sih, kan bagian belakangnya masih bisa dipake tuh. Lumayan sih selain ga usah ngeluarin duit buat beli kertas. Ga semua mata kuliah bisa</p>	Informan aktif di berbagai macam kegiatan karena aktif di organisasi himpunan mahasiswa

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>gitu sih bang, tertentu aja. Kadang malah ada dosen yang emang nyaranin pake kertas bekas</p> <p>P: Menurut lw tindakan itu efektif ga?</p> <p>U: Efektif banget bang, coba bayangin bukan saya atau kita aja yang pake kertas bekas untuk tugasnya tapi semua mahasiswa. Keliatan kan tuh berapa banyak kertas yang bisa dihemat. Hemat kertas berarti hemat pohon kan bang, hehhee..</p> <p>P: Bener tuh.. Udah jadi contoh yang baik dong ya</p> <p>U: Ya ga juga sih bang, ga harus jadi contoh juga. Pokonya saya lakuin aja, syukur-syukur ada temen lain yang ngikutin terus jadi makin banyak yang ikutan deh. Kan jadi seneng tuh..</p>	
<p>Pendapat mengenai mahasiswa yang aktif dan mahasiswa yang tidak aktif dalam organisasi</p>	<p>P: Balik ke soal organisasi yah, menurut lw perbedaan yang signifikan seperti apa yang membedakan mahasiswa yang aktif diorganisasi dengan mahasiswa yang bisa dikatakan kurang aktif di organisasi?</p> <p>U: Mmm.. Kalau saya sih lihatnya cuma ini aja sih bang, kaya kalau yang ikut aktif di organisasi kan mereka lebih banyak ngerasain prakteknya di lapangan, kaya menanam pohon tadi misalnya. Teorinya kan kita udah dapet dan sama pasti dengan mahasiswa yang kurang aktif diorganisasi. Ya intinya lebih unggul diprakteknya aja sih bang, sama jam terbang ke lapangan atau hutannya lebih banyak</p> <p>P: Kalau disambung ke ILM yang tadi ya, kira-kira ada perbedaan ga sih cara mahasiswa yang aktif di organisasi dengan mahasiswa yang kurang aktif dalam baca ILM tadi?</p> <p>U: Mmm.. Menurut saya ada sih bang, kayak yang aktif di organisasi kan lebih tau lebih banyak kondisi sebenarnya hutan itu seperti apa karena kita lihat dengan mata kepala sendiri bang. Jadi kadang kita bisa lihat hal lain ga bisa dilihat mahasiswa lain</p> <p>P: Seperti apa contohnya itu?</p> <p>U: Ya kayak gini bang misalnya, misal ya ada informasi yang bagus-bagus gitu tentang perusahaan HTI A begitu ya, tapi kita lebih tau bang karena kita pernah ke HTI itu, dan</p>	<p>Mahasiswa yang aktif di organisasi lebih banyak memperoleh informasi dan pengalaman</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	ternyata kenyataan di lapangannya ga seperti informasi yang digembor-gemborkan. Malah bisa bertolak belakang bang. Abang juga pasti ngerti deh P: Ah enggak, hehhee..	



Nama Irforman/Kode : Safinah Surya Hakim/Informan 2
 Umur : 22 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pendidikan terakhir : Mahasiswi semester 8, PS Konservasi Sumberdaya Hutan
 Tanggal wawancara : 24 April 2012, pukul 14.06-14.46 WIB
 Tempat wawancara : Sekitar Departemen Silviculture, Fakultas Kehutanan - IPB

Konsep	Transkrip	Catatan
Penjelasan mengenai obyek penelitian	<p>S: Oh, udah selesai..</p> <p>P: Ya seperti itu.. sebagai informasi, ILM ini diputar di 5 stasiun televisi swasta dan TVRI dengan total pemutaran sebanyak 80 spot</p> <p>S: Kapan itu?</p> <p>P: Bulan November 2011 selama 2 minggu</p> <p>S: Ooo..</p>	
Pengalaman mengenai ILM lain yang sejenis	<p>P: Sebelumnya pernah lihat ILM tentang lingkungan hidup belum? Tentang kehutanan mungkin..</p> <p>S: Sudah..</p> <p>P: Di tv ya?</p> <p>S: Iya..</p> <p>P: Masih ingat judul atau tema atau pesan yang disampaikan?</p> <p>S: Masih, mengenai penanaman pohon gitu. <i>One Man, One Tree</i> kalau ga salah judulnya. Soalnya waktu itu memang lagi <i>booming</i> tentang penanaman pohon gitu.</p>	Informan sudah pernah melihat ILM sejenis. Tema yang diterima masih diingat
Pendapat mengenai obyek penelitian	<p>P: Ooo.. Tapi kalau ILM yang barusan diputar belum pernah lihat sebelumnya ya?</p> <p>S: ILM itu..</p>	Informan belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: Iklan Layanan Masyarakat yang barusan mba S: Ooo, iya ya..hahhaa..Belum, ga' tau..Mungkin ditayanginnya bukan jam primer..</p> <p>P: Mmm, kalau pendapat lw mengenai ILM tadi, yang barusan diputar gimana? Menarik apa engga? S: Engga..</p> <p>P: Engga?! Kenapa? S: Iya ga menarik, soalnya suara musiknya serem. Terlalu ekstrim gitu musiknya, sama penempatan logo yang terakhir terlalu lama..ngabisin durasi..jadi ini kaya cuma ngasi informasi aja iklannya</p> <p>P: Berarti yang kurang apa? S: Yang kurang itu..kayanya pesannya kurang deh, kayanya pesannya tadi cuma cintai lingkungan gitu aja ya..</p>	<p>Informan tidak tertarik dengan ILM tersebut karena musik latar dan pesan yang disajikan kurang</p>
<p>Pendapat mengenai kondisi lingkungan hidup –khususnya hutan-</p>	<p>P: Kalau pendapatnya mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan sekarang ini? S: Mmm, berasa kuliah ya ditanya begini.. Mengalami degradasi</p> <p>P: Kenapa itu? S: Karena faktor manusia sih..yang utama</p> <p>P: Manusia? S: Iya, manusia. Sebenarnya sih kalo kerusakan lingkungan itu emang ga bisa dihindari cuma manajemennya aja yang salah, kaya mmm korupsi, degradasi moral. Sebenarnya kalau semua yang dilakukan sesuai dengan Undang-undang dan kebijakan lainnya sebenarnya bisa berjalan dengan baik gitu.. Cuma ya masalahnya itu tadi..</p> <p>P: Degradasi moral pihak-pihak terkait itu ya? S: Iya.. Jadi semuanya mengarah ke yang negatif</p>	<p>Manusia sebagai faktor utama perusak lingkungan/hutan</p>
<p>Pendapat mengenai pesan yang disampaikan</p>	<p>P: Yang kurang pesannya itu maksudnya gimana ya? S: Iya, jadi seharusnya bisa lebih banyak informasi yang ditampilkan walaupun cuma, mmm..berapa lama tadi iklannya?</p>	<p>Informan menilai pesan yang disajikan pada ILM tersebut kurang</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: 30 detik.. S: Oh iya 30 detik. Ya harusnya bisa lebih banyak informasinya..seperti ya apa kek gitu. Yang penting ga simpel gitu aja tapi jelas P: Jelas?! S: Iya, kalo menurut saya sebaiknya di dalam iklan itu informasi yang ditampilkan harus sebanyak mungkin, jadi masyarakat yang melihat ga perlu mikir setelah nonton iklan itu P: Kalau kita balik ke ILM tadi, kalau pesan paling penting yang mudah diingat dari ILM tadi apa? S: Cintai hutan sama fungsi hutan seperti yang tadi ditampilkan di tulisan-tulisan tadi P: Jadi terlihat jelasnya di tulisannya ya? S: Iyaa..</p>	<p>kuantitasnya agar khalayak tidak perlu “berfikir” saat menonton ILM tersebut. Pesan yang diterima informan dimengerti dari tulisan dalam ILM yang disajikan</p>
<p>Pendapat mengenai tiga unsur ILM (tulisan, gambar, dan suara)</p>	<p>P: Mmm, kalo dilihat dari tiga unsur iklan..tulisan, gambar sama suara, unsur mana yang paling disukai? Kenapa? S: Gambarnya, soalnya banyak gambar-gambar yang menarik, dibandingin suaranya ya. Ga suka sama suaranya soalnya.. P: Seperti apa tuh gambar yang dibilang menarik? S: Kaya tadi ada gambar tangan memegang bibit pohon sama yang lain-lainnya juga menarik, jadi tertarik sih dari lihat gambarnya P: Lebih tertarik lihat gambar-gambarnya ya? S: Iya, warnanya itu yang bikin menarik, sama perpindahan gambarnya satu ke yang lain bikin kita tertarik</p>	<p>Informan tertarik dengan unsur gambar pada ILM tersebut. Terlihat dari perpaduan warna dan transisi dari satu gambar ke gambar yang lain</p>
<p>Pendapat mengenai makna yang disajikan</p>	<p>P: Kira-kira maknanya apa yang bisa diambil dari ILM tadi? S: Mmm, makna ya..maknanya menyajikan informasi mengenai fungsi hutan udah sih itu. Tapi dari informasi itu secara langsung dan gak langsung ngajak yang ngeliat ILM tadi untuk menjaga hutan P: Nah kalo dari tiga unsur iklan tadi yang tulisan, gambar sama suara kira-kira</p>	<p>Makna yang ditangkap menurut informan adalah penyajian mengenai fungsi-fungsi hutan</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>unsur mana yang mencerminkan makna yang seperti tadi lw bilang itu? S: Gambarnya P: Mmm gambarnya ya, kenapa tuh? S: Soalnya dari gambar tadi bisa keliatan gimana tadi hutan yang bagus sama yang rusak, fungsi masing-masing, kaya pohon yang menyerap CO2..ada gambar daun, tanah, pokonya ya gambarnya..</p>	<p>Makna dari ILM tersebut ditangkap oleh informan dari gambar-gambar yang disajikan pada ILM.</p>
<p>Pendapat mengenai komposisi tiga unsur ILM</p>	<p>P: Kalau mengenai komposisi ketiga unsur tadi gimana?Sudah pas apa belum? S: Mmm..kaya yang tadi dibilang, saya ga suka musiknya, terlalu serem gitu P: Musik latar seperti apa dong yang cocok? S: Ya musik kaya instrument-instrumen gitu, ga perlu serem kaya tadi. Saya pernah liat ILM luar di youtube, iklannya tuh menarik banget. Kesannya gak kaku, lucu warna-warni dan musiknya instrumen-instrumen gitu. Disitu digambarin kalau hutan yang lestari itu membuat lingkungan kita nyaman dan sehat P: Kalau untuk gambar dan tulisannya? S: Gambar sama tulisannya udah pas sih, cuma logo yang terakhir itu terlalu ngabisin durasi..sayang tiga detik habis cuma untuk logo aja. Harusnya bisa lebih kecil aja dan durasinya dipersempit atau dibarengin dengan informasi lain</p>	<p>Informan tidak menyukai suara latar yang disajikan, sedangkan untuk unsur gambar dan tulisan yang disajikan komposisinya sudah pas</p>
<p>Pendapat mengenai ILM yang baik</p>	<p>P: Jadi kalau menurut lw ILM seperti apa yang bisa dikatakan ILM yang baik itu? S: ILM yang baik ya..mmm, ILM yang baik itu persuasif, sifatnya persuasif. Keliatan gitu buktinya, ajakannya gitu loh. Keliatan bedanya mana hutan yang rusak mana yang bagus P: Jadi maksudnya terlihat gitu ya perbandingan mana lingkungan atau hutan yang ditangani secara baik dan mana yang tidak gitu? S: Iya.. P: Jadi ILM seperti itu yang diinginkan dan dikatakan baik menurut lw ya? S: Iya..</p>	<p>ILM yang baik harus bersifat persuasif. Informan ingin dalam ILM disajikan perbedaan dari berbagai cara pengelolaan hutan, pengelolaan yang baik dan buruk</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat mengenai sifat persuasif ILM	<p>P: Setelah nonton ILM tadi lw merasa tergerak ga untuk menjaga hutan? S: Iya dong, anak kehutanan.hehhee..</p> <p>P: Jadi faktor apa yang paling mendorong anda untuk tergerak menjaga hutan? S: Ya karena mahasiswi kehutanan. Kan karena ini sih, pengetahuan kita tentang kehutanan ya maksudnya udah banyak..jadi adanya iklan itu juga jadi kaya <i>reminder</i> kita untuk menjaga hutan atau lingkungan</p> <p>P: Kan tadi ada pernyataan dari lw kalau anda tergerak untuk menjaga hutan setelah nonton ILM ini karena anda punya <i>basic</i> ilmu kehutanan. Kira-kira menurut lw khalayak tadi akan tergerak untuk menjaga hutan ga setelah nonton ILM ini? S: Mmm, tergerak ga ya. Kayanya engga deh, engga juga. Mereka cuma dapet informasi kalau hutan rusak, hanya sebatas <i>awareness</i></p> <p>P: Mmm.. S: Jadi ya masyarakat cuma tau kalo kondisi hutan sekarang tuh seperti ini, stop disitu. Sama sekali ga tergerak buat menjaga hutan. Soalnya diiklan tadi kan cuma dikasi informasi kalo hutan itu gini-gini, gitu-gitu tanpa dikasi tau apa yang harus dilakukan. Paling cuma stop pengrusakkan hutan, itu aja. Mereka ga tau apa yang harus dilakuin, <i>step-stepnya</i> gitu atau apa kek kayak menanam pohon yang baik itu gimana atau apalah yang bentuknya sebuah tindakan atau kegiatan. Jadi intinya masyarakat tadi hanya nonton, terus diberi tahu kondisi hutan saat ini</p>	<p>Informan tergerak untuk menjaga lingkungan/hutan karena ia seorang “anak kehutanan”. Masyarakat tidak akan tergerak untuk ikut andil dalam menjaga hutan karena dari ILM tersebut mereka hanya mendapatkan informasi mengenai rusaknya hutan tanpa disertai penjelasan perlakuan atau kegiatan seperti apa yang dapat mereka lakukan</p>
Pendapat mengenai segmen target ILM	<p>P: Kalau menurut lw, ILM tadi itu sebenarnya ditujukan untuk siapa sih? S: Masyarakat</p> <p>P: Maksudnya masyarakat disini menurut lw tuh masyarakat luas yang mengkonsumsi ILM ini apa hanya masyarakat yang berada di wilayah sekitar hutan? S: Ya masyarakat luas yang mengkonsumsi iklan ini sih, terutama masyarakat sekitar hutan..karena mereka dekat dengan hutan</p>	<p>Masyarakat luas, khususnya yang berada di sekitar hutan</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat mengenai pemegang peranan paling penting dalam menjaga hutan	<p>P: Mmm.. kalau menurut lw siapa sih yang paling penting berperan dalam menjaga hutan?</p> <p>S: Mmm.. siapa yah?! Masyarakat sih</p> <p>P: Masyarakat yang mana dan seperti apa?</p> <p>S: Apa ya?! Ya masyarakat luas, ga cuma masyarakat yang berada di sekitar wilayah hutan soalnya hutan itu tanggung jawab kita semua. Kalau hutan rusak kan yang kena dampaknya masyarakat luas, bukan hanya masyarakat sekitar hutan. Jadi ya tanggung jawab semuanya dong</p> <p>P: Masyarakat luas ya..</p> <p>S: Iya.. Tapi kan kalo untuk menjaga hutan itu ga cukup cuma masyarakat luas aja, harus multi <i>stakeholder</i>, ga masyarakat aja tapi pemerintah ataupun perusahaan yang ikut menikmati hutan juga harus menjaga hutan itu. Jadi intinya semuanya harus sejalan</p>	Semua <i>stakeholder</i> yang terkait dengan hutan (masyarakat, pemerintah, dan swasta)
Pendapat mengenai peran pemerintah dalam menjaga kelestarian hutan	<p>P: Nah kalo peran pemerintah sejauh ini menurut lw gimana dalam menjaga kelestarian hutan?</p> <p>S: Mmm..sebenarnya peran pemerintah itu tetep penting ya, tapi menurut saya banyak penyimpangan yang terjadi. Yang paling sering itu tentang penetapan kawasan hutan, ya mas tau sendiri hutan lindung yang harusnya dilindungi kelestariaannya tiba-tiba dibuka untuk tambang atau lainnya. Banyak deh. Tapi ya perannya tetep penting, harus tetep ada pemerintah. Kaya untuk perijinan konsesi kawasan hutan kan yang ngerti pemerintah, masyarakat mana tau tentang kebijakan-kebijakannya. Jadi pemerintah harus tetep ikut berperan</p> <p>P: Kalo tentang kebijakan-kebijakan pemerintah sendiri gimana?</p> <p>S: Kebijakan-kebijakannya mah udah bagus mas, bagus banget malah..cuma dalam prakteknya itu banyak oknum yang ga bertanggung jawab. Ya jadi ada lah yang <i>melenceng</i>. Balik ke degradasi moral tadi</p>	Peran pemerintah penting, kebijakan yang disusun baik, namun kendala terlihat dalam proses penerapan kebijakan tersebut sehingga terjadi banyak <i>penyelewengan</i>
Pendapat jika	P: Mmm..kita kembali ke soal ILM tadi ya, kalo anda ingin membuat ILM	

Konsep	Transkrip	Catatan
informan akan membuat ILM mengenai kehutanan	<p>tentang kehutanan kira-kira ILM seperti apa yang ingin dibuat? S: Gimana ya? P: Ya seperti idenya apa, temanya bagaimana, pesan apa yang ingin disampaikan, konsepnya seperti apa, komposisi ketiga unsur tadi atau apa aja terserah.. S: Pesannya ya jangan merusak hutan soalnya idenya kan menjaga kelestarian hutan. Untuk konsepnya pertama akan diangkat fungsi-fungsi hutan itu apa aja sih, seperti apa kondisinya sekarang terus apa yang terjadi jika kita tidak menjaga hutan. Karena menurut gw iklan itu ga bisa bikin untuk mengajak secara langsung, jadi harus ada <i>awareness</i> dulu atau informasi gitu P: Mmm..terus.. S: Ya jadi ILM tuh lebih bagus untuk jadi sarana promosi kegiatan pemerintah selanjutnya yang ingin dilakukan. Kaya contohnya iklan <i>One Man, One Tree</i> tadi yang berbarengan dengan kegiatan penanaman sejuta pohon</p>	<p>Pesan dan makna dari ILM akan lebih dimengerti oleh khayak jika ILM yang dibuat merupakan adalah sebagai sarana promosi dari kegiatan atau program pemerintah yang akan dilaksanakan selanjutnya</p>
Pendapat mengenai kegiatan kongkrit yang sudah dilakukan informan dalam andil menjaga kelestarian hutan	<p>P: Terus apa yang udah lw lakuin untuk hutan itu sendiri? S: Mmm.. itu aja sih kaya ikut kegiatan-kegiatan yang di kampus atau fakultas. Kaya penanaman,seminar-seminar gitu sih P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa? S: Ada rasa pengen tau sih yang pertama, gimana sih kegiatan penanaman itu. Selain itu menambah pengalaman dan pengetahuan juga P: Ikut aktif di organisasi ga? S: Ga begitu aktif sih bang, tapi ikut himpunan mahasiswa emang. Paling ikut kegiatan kalo waktunya kosong, soalnya banyak tugas. Rata-rata tugasnya kan dikasi waktu seminggu, hampir tiap hari juga ada tugas dari masing-masing mata kuliah. Jadi kalo ga kuliah yah dikerjain aja tugasnya deh.. P: Kalo tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan lw tau kalao tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan? S: Buang sampah di tempatnya, itu contoh kecil yang gampang loh tapi masih aja</p>	<p>Pendapat mengenai kegiatan kongkrit yang sudah dilakukan informan dalam andil menjaga kelestarian hutan</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>banyak yang buang sampah sembarangan. Padahal kan udah banyak disediakan tempat sampah. Disediain tapi ga digunakan kan mubazir</p> <p>P: Wah iya emang sih begitu, masih aja banyak yang sembarangan buang sampahnya</p> <p>S: Iya tuh bang, yang sering ngeliat sih temen-temen yang ngerokok, udah abunya ditebar dimana-mana eh puntungnya juga dibuang dimana-mana. Padahal asepanya aja udah ganggu ditambah ngotorin lingkungan lagi</p> <p>P: Ditegur gak?</p> <p>S: Enggak sih, paling ngehindar aja</p> <p>P: Menurut lw tindakan lw itu efektif ga?</p> <p>S: Ya enggak juga sih, efektif itu kan kalo banyak yang udah ngelakuin tindakan yang sama kalo ini kan enggak. Paling dari 10 cuma 2 orang yang buang sampahnya bener di tempat sampah yang udah disediakan</p> <p>P: Gimana dong biar efektif?</p> <p>S: Harus ada polisi kebersihan kali yah, nilangin yang buang sampah sembarangan. Biar pada kapok gitu, jadi ga ngulangin lagi. Orang Indonesia harus digituin sih baru bisa nurut</p> <p>P: Wah, ide bagus, ini gw lagi wawancara calon Kapolrinya nih, hehhee..</p> <p>S: Ya jangan saya deh, ga tega kalau harus marah-marahin orang</p>	
Pendapat mengenai jenis media yang dipilih untuk ILM	<p>P: Oh, oke.. Kalau nyambungin tentang sarana promosi yang seperti tadi lw bilang, kalo untuk lingkungan hidup, hutan lah ya, ILM itu lebih menarik yang seperti ini atau poster, atau iklan yang terdapat di media massa, koran mungkin atau ada jenis lain yang menurut lw pesannya lebih nyampe?</p> <p>S: Kayanya iklan di tv deh, lebih banyak orang yang lihat dibanding iklan di Koran ataupun poster. Kalo Koran kan ga semua wilayah ada koran, ada juga yang korannya terbit hari senin eh baru masuk ke wilayah itu empat atau sampai seminggu kemudian. Kebanyakan kan masyarakat punya tv walaupun di daerah terpencil. Setidaknya ada</p>	

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>satu di kantor kelurahan atau kecamatan mungkin. Tapi pemutaran iklannya tadi ya harus di waktu yang strategis, gak jam sebelas malam juga. Sama aja nanti ga ada yang lihat. Sebenarnya penentuan waktu tayang untuk ILM itu seperti apa sih mas? Kita bayar?</p> <p>P: ILM ini kan hasil kerjasama ya antara Kementerian Lingkungan Hidup, PH selaku pembuat iklannya dan stasiun TV sebagai bentuk andil dalam penyuksesan program pemerintah. Jadi bisa dikatakan ILM ini bentuk andil tiga pihak tadi dalam kelestarian lingkungan yang notabene merupakan program pemerintah untuk masyarakat. Salah satu andil yang sangat strategis dan bisa diberikan dari stasiun TV ini ya memberikan <i>spot</i>-nya secara cuma-cuma. Namun untuk iklan ini, PH yang memenangi tender dalam proposal tendernya sudah dilengkapi jumlah spot penayangan dan di stasiun TV mana saja yang kesemuanya berpengaruh terhadap nilai tender.</p> <p>S: Kalau tender gitu kan biasanya yang paling kecil nilainya yang diambil ya mas? Logikanya kalau harga <i>spot</i>nya mahal yang untuk jam primer ya yang diterima yang <i>spot</i>nya sedikit dong, ya berarti diputernya ga jam primer..</p> <p>P: Engga juga sih, kan ada tim penilainya. Tim penilai bisa mengidentifikasi proposal tender mana yang layak atau tidak dan sesuai atau tidak dengan nilai tender yang diusulkannya. Jadi ya keputusannya ada di tangan tim penilai itu</p> <p>S: Mmm, oh gitu</p> <p>P: Iyaa..</p>	<p>Media elektronik (televisi) lebih dipilih informan karena faktor jumlah khalayak yang dapat dicakup lebih luas</p>
<p>Deskripsi umum daerah asal informan</p>	<p>P: Kalau boleh tau asalnya darimana ya?</p> <p>S: Jawa Timur</p> <p>P: Di?</p> <p>S: Pasuruan, Bangil</p> <p>P: Dari lahir sampai sebelum masuk kuliah ini tinggal disana?</p> <p>S: Iya..</p>	<p>Informan lahir dan besar di Jawa Timur, Pasuruan sebelum pindah ke Bogor untuk melaksanakan kuliahnya. Daerah asal informan jauh dengan</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: Wilayahnya itu seperti apa ya? S: Kota, disana udah susah kalau nyari hutan. Jauh ke wilayah hutannya, paling yang ada hutan Perhutani, itu juga jauh</p>	lingkungan hutan
Ketertarikan mengenai bidang kehutanan	<p>P: Waktu tinggal disana itu sudah tertarik dengan kehutanan atau gimana? S: Engga, ga kepikiran sama sekali tentang hutan P: Berarti tertarik dengan hutan itu setelah engga tinggal disana? S: Iya, setelah masuk kuliah kehutanan</p>	Tidak memiliki ketertarikan sebelum diterima di fakultas kehutanan
Alasan informan memilih bidang kehutanan	<p>P: Kenapa milih kehutanan? S: Mau jalan-jalan, hehhee.. P: Ya praktek terus sih emang, hhee.. S: Iya sih. Awalnya saya ikut USMI IPB milih konservasi sumber daya hutan karena ada rasa penasaran hutan itu seperti apa. Alhamdulillah diterima disini P: Tentang budidaya tanaman kehutanan gitu ya S: Iya..setelah kuliah ini pengetahuan kita mengenai kehutanan banyak bertambah yang dari awalnya nol sampai seperti ini</p>	Terdapat rasa penasaran terhadap kehutanan, suka <i>traveling</i>
Pendapat mengenai khalayak awam yang menonton ILM	<p>P: Kalau tentang ILM tadi ya, kira-kira menurut lw masyarakat yang bisa dikatakan “buta” tentang hutan dan menonton iklan tadi, kira-kira gimana? S: Tetep tersampaikan kok, kan tadi ada tulisan-tulisannya gitu tentang hutan, apa..apa.. Tulisan itu sih yang ngebantu banget buat ngerti tentang iklannya, tapi yak an cuma sampai situ. Mereka gatau musti ngelakuin apa P: Mmm.. S: Intinya sih iklannya itu cuma bersifat informatif, belum sampai persuasif</p>	Pesan dari ILM tetap tersampaikan karena dapat dilihat jelas dari tulisan-tulisan yang disajikan dalam ILM tersebut

Nama Irforman/Kode : Rodlyan Ghufrona/Informan 3
 Umur, Jenis Kelamin : 24 Tahun,Perempuan
 Pendidikan terakhir : Sarjana Kehutanan, Program Studi Silvikultur
 Tanggal wawancara : 28 April 2012, pukul 15.13-16.44 WIB
 Tempat wawancara : Taman Koleksi IPB Baranangsiang

Konsep	Transkrip	Catatan
Pengalaman mengenai ILM lain yang sejenis	<p>P: Sebelumnya pernah lihat ILM tentang lingkungan hidup belum? Tentang kehutanan mungkin.. R: Belum.. eh pernah deng.. P: Masi inget iklan apa? R: Jagalah kebersihan gitu, jangan buang sampah sembarangan P: Di televisi? R: Iya, tapi udah lama banget tuh, ampe ga inget kapan P: Udah lama tapi masi nempel yah pesan di iklannya. Kira-kira kenapa bisa masih inget,padahal udah lama gitu? R: Hmm.. mungkin karena di iklannya ada dialog yang ngejelasin tentang pesannya. Trus atraktif juga P: Atraktif gimana tuh maksudnya? R: Ya ga bosenin gitu..bahasanya ringan tapi langsung nunjukkin aksinya. Di situ digambarin kaya ada yang buang sampah sembarangan terus diliatin gimana kejadian banjirnya. Deket ama kehidupan sehari-hari deh. Abis itu ada dialog yang nyampein pesannya deh. Dengan gitu kita jadi tau gimana kalo buang sampah sembarangan dan akibatnya. Karena itu sih jadi nempel terus P: Masih inget ga dibuat oleh siapa ILM jagalah kebersihan yang barusan lw</p>	Informan sudah pernah melihat ILM lingkungan hidup lain dan masih ingat pesan apa yang disampaikan. Informan belum pernah melihat ILM yang digunakan sebagai obyek penelitian

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>bilang itu? R: Aduh lupa, hehhee..</p> <p>P: Kalo ILM yang baru diputer tadi udah pernah liat sebelumnya? R: Belum, belum pernah liat</p>	
Pendapat mengenai kondisi lingkungan hidup –khususnya hutan-	<p>P: Kalau pendapatnya mengenai kondisi lingkungan hidup khususnya hutan sekarang ini gimana? R: Lingkungan hidup kita udah rusak, hal ini bisa ditunjukkin dengan adanya banjir dan longsor pada saat musim hujan sama perubahan iklim yang bisa kita rasain sekarang lah. Hal ini pasti terkait dengan rusaknya hutan kita juga, degradasi dan deforestasi hutan akibat konversi lahan, ilegal logging, kebakaran, dan lainnya bisa langsung nyebabin banjir gitu</p> <p>P: Jadi faktor utama kerusakan lingkungan hidup itu menurut lw apa? R: Manusia, sebagai pemanfaat dan pengelola lingkungan hidup tersebut</p> <p>P: Kira-kira kenapa bisa gitu? Kenapa manusia? R: Yaaaa.... karena ujung-ujungnya penyebab kerusakannya si manusia itu..bisa sengaja atau ga sengaja..maka butuh pembentukan persepsi dan sugesti kepada masyarakat kalo lingkungan hidup rusak, manusia juga yang ngerasain kerugiannya</p>	Lingkungan hidup sudah rusak dengan manusia sebagai faktor utama perusak lingkungan/hutan
Pendapat mengenai obyek penelitian	<p>P: Mmm, kalau pendapat lw mengenai ILM tadi, yang barusan diputar gimana? Menarik apa engga? R: Dibuat terlalu menarik, jadi bikin ga menarik, hehe..</p> <p>P: Jadi maksudnya? R: Ga menarik, terlalu rame dang a jelas. Malah ga nyampe pesannya. Apalagi kalo sampe ditayangin di televisi. Paling tanggapan pertama kali pemirsa liat pasti bilang apaan sih tadi iklannya?</p> <p>P: Itu emang ditayangin di televisi loh, Bulan November 2011 kemarin selama 2 minggu R: Oh gitu, waahh..</p>	

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: Ditayanginnya juga di stasiun tv swasta dan nasional loh. Stasiun TV swastanya tuh tvOne, RCTI, Indosiar, SCTV, anTV. dan untuk TVRI diputarkannya di TVRI pusat dan Sorong, Papua untuk stasiun lokalnya R: Ah serius?!</p> <p>P: Ya bener, begitu kata salah satu staff di Kementerian Lingkungan Hidupnya. Kebetulan staff itu yang ngasi gw video ini dan sempet wawancara dikit waktu itu R: Oh, kok ga pernah liat ya, hehhee..</p> <p>P: Berarti menurut lw yang kurang apa dari ILM tadi? R: Apa dong ya?! Hmm kayanya jangan dibuat kaya <i>slideshow</i> gitu deh, ga ngerti jadinya.</p> <p>P: Itu kesan pertama yg lw dapet ya? R: Iya, kaya <i>slideshow</i>, hehhee.. Pesannya bakal nyampe kalo iklan itu ditayangin di kelas, trus dosennya suruh tonton dan bakal ditanyain tentang apa nanti di ujian, hahaha..</p> <p>P: Dipaksa harus nonton dan ngerti dong kalo gitu? R: Iya, hehhee.. Artinya kita mesti bener2 fokus dl baru bisa nangkep maksudnya.. Soalnya pesen untuk supaya jaga hutannya ga ketangkep. Ga tertarik deh kalo ga dipaksa</p> <p>P: Hmm.. R: Nah, kita kan tau.. kalo orang lagi nonton tv tuh ga mungkin fokus nonton iklan.. hihi jadi mesti dibuat yang menarik, yang bikin jadi pemirsa fokus ke iklannya..</p>	<p>Informan tidak tertarik dengan ILM yang disajikan</p>
<p>Pendapat mengenai tiga unsur ILM (tulisan, gambar, dan suara)</p>	<p>P: Mmm, kalo dilihat dari tiga unsur iklan..tulisan, gambar sama suara, unsur mana yang paling disukai? R: Yang mending sih kolaborasi gambar sama suaranya</p> <p>P: Kalo yang paling diantara dua itu? R: Gambarnya sih</p> <p>P: Kenapa gambarnya?</p>	<p>Informan tertarik dengan unsur gambar dibandingkan unsur lain yang dianggap tidak jelas maksudnya</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat mengenai makna yang disajikan	<p>R: Agak menarik lah dibanding suara atau tulisannya tadi. Ga jelas</p> <p>P: Kira-kira maknanya apa yang bisa diambil dari ILM tadi?</p> <p>R: Hmm.. jagalah hutan kita karena memberikan banyak fungsi..</p> <p>P: Itu aja?</p> <p>R: Tadi lebih ke arah hutan punya fungsi ekologi, kayanya sih..</p> <p>P: Nah kalo dari tiga unsur iklan tadi yang tulisan, gambar sama suara kira-kira unsur mana yang mencerminkan makna yang seperti tadi lw bilang itu?</p> <p>R: Yang mencerminkan maknanya sih gambar dan tulisannya. Bisa dilihat disitu, kayak ini gambarnya dan tulisan itu penjelasannya. Suaranya tapi berlebihan, hehhee..</p> <p>P: Berlebihan gimana nih?</p> <p>R: Gitu deh.. depannya terkesan jeng jeng jeng jeng</p> <p>P: Kaget gitu?</p> <p>R: Iya, kaget tapi ga jelas, Secara keseluruhan suaranya ga selaras atau malah menutupi maksud intinya..</p> <p>P: Maksudnya mengganggu gitu suara latarnya?</p> <p>R: Kita malah fokus ama suaranya yang ganggu itu, jadi ga konsen liat iklannya, jadi ya ga nyampe deh pesannya</p> <p>P: Ooo..Itu to maksudnya</p> <p>R: Hehhee.. iya</p> <p>P: Harusnya suara latarnya gmn dong?</p> <p>R: Kaya gimana ya.. ada campuran suara manusianya juga gitu yang ngomomngin pesannya itu..</p> <p>P: Mmm, ada prolog sama monolognya gitu ya?!</p> <p>R: Iya.. trus musiknya mungkin terlalu menyeramkan tadi, hihhi..</p>	<p>Makna yang ditangkap menurut informan adalah penyajian mengenai fungsi ekologis hutan. Makna pada ILM diperoleh informan dalam gambar dan tulisan</p>
Pendapat mengenai pesan yang disampaikan	<p>P: Kalau kita balik ke ILM tadi, menurut lw pesan paling penting apa sih yang paling mudah diingat dari ILM tadi?</p> <p>R: Jagalah hutan karena manfaatnya sangat banyak bagi manusia</p>	<p>Pesan yang diterima informan dimengerti dari tulisan dalam ILM</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>P: Paling jelas pesannya itu terlihat dari unsur yang mana? Gambar, tulisan apa suara? S: Mmm.. tulisan sih ya, tapi gambar juga berpengaruh sih. Tapi ya kalo gambar doang ga pake tulisan sih ga bakal jelas juga maksud pesannya</p>	
<p>Pendapat mengenai komposisi unsur gambar, tulisan dan suara yang disajikan dalam ILM</p>	<p>P: Kalau mengenai komposisi ketiga unsur tadi gimana? Sudah pas apa belum? R: Belum.. P: Kenapa dong? R: Gw agak susah jawabnya nih, soalnya kombinasinya ga menarik, hihhi.. Perlu di <i>re-design</i> supaya ga kaya <i>slideshow</i> yang bermusik serem, hahahhaa.. P: Makasi masukannya loh R: Iya iya, sama-sama, hehhee.. P: Harusnya komposisinya gimana tuh? Komposisi suara, gambar sama tulisannya ya?! R: Mmm yah selarasnya.. Pokonya selaras gitu ya, pas, cocok gak kurang dan gak lebih deh. Intinya ILM itu kudu ringan & ga lebay tapi pesannya nyampe ke sasaran disini kita harus tau sekmennya mau ke kalangan apa, trus disesuaikan deh, hehhee..</p>	<p>Informan tidak menyukai suara latar yang disajikan. Gambar dan tulisan pada ILM tersebut tidak menarik</p>
<p>Pendapat mengenai sifat persuasif ILM</p>	<p>P: Setelah nonton ILM tadi lw merasa tergerak ga untuk menjaga hutan? R: Kalo dari iklannya sih pesannya ga nyampe, ya jadi ga tergerak. Gw lebih tergerak dan setuju sama iklannya karena gw dari kehutanan. Karena udah ngerti dan paham kalo jaga hutan itu penting P: Hmm.. Nah kalo yang nonton itu bukan orang kehutanan, gimana menurut lw? R: Hmm.. Paling cuma sekedar ngingetin aja P: Ngingetin gimana? R: Yaa orang kebanyakan udah tau klo jaga hutan itu penting. Jadi kalo liat iklan itu ya sekedar "oh, ok.. udah sering denger kok" P: Mmm.. Jadi menurut lw faktor apa yang paling bisa mendorong orang buat</p>	<p>Informan tergerak untuk menjaga lingkungan/hutan karena</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>ikut ngejaga hutan? R: Mm.. faktor kesamaan kepentingan. Secara umum orang akan tergerak kalo disinggung kepentingannya.. P:Mmmm.. terus?! R: Kalo dikaitkan dgn kerugian yang akan diperoleh "target iklan" kalo ga ngelakuin hal yang disampein di pesannya, mungkin akan lebih tergerak.. P: Lw optimis ga sebuah ILM akan bisa menggerakkan orang atau masyarakat untuk ikut menjaga lingkungan? R: Mmm.. itu bisa jadi salah satu cara sih, tapi bukan ILM yang di design asal-asalan. Ampuh kok kalo di design dengan bener, ditayangin di waktu yang tepat juga ya..</p>	<p>ia seorang “anak kehutanan”, bukan karena ILM tersebut</p>
<p>Pendapat informan mengenai khalayak awam yang menonton ILM</p>	<p>P: Kalau tentang ILM tadi ya, kira-kira menurut lw masyarakat yang bisa dikatakan “buta” tentang hutan dan menonton iklan tadi, kira-kira gimana? R: Langsung tergerak sih engga, tapi bisalah untuk ngasih tau kalo jaga hutan itu penting.. Tapi bakal langsung lupa karena sekedar akan dibaca itu juga kalo nonton iklan itu berkali2 n agak fokus liatin bacaannya P: Jadi? R: Ya kemungkinannya kecil banget sih</p>	<p>Masyarakat awam memiliki kemungkinan yang kecil untuk mengerti pesan yang disajikan ILM</p>
<p>Pendapat mengenai segmen target ILM</p>	<p>P: Kalau menurut lw, ILM tadi itu sebenarnya ditujukan untuk siapa sih? R: Masyarakat umum P: Serluruh warga Negara ya?! R: Nah iya, semua lapisan masyarakat pokoknya. Baik yang di sekitar wilayah hutan maupun yang gak di sekitar wilayah hutan</p>	<p>Informan berpendapat bahwa ILM tersebut ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat</p>
<p>Pendapat mengenai pemegang peranan penting dalam menjaga hutan</p>	<p>P: Mmm.. kalau menurut lw siapa sih yang paling penting berperan dalam menjaga hutan? R: Masyarakat umum juga P: Mmm.. R: Seluruh lapisan masyarakat tadi ya</p>	<p>Seluruh lapisan masyarakat</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
Pendapat mengenai peran pemerintah	<p>P: Nah kalo peran pemerintah sejauh ini menurut lw gimana dalam menjaga kelestarian hutan?</p> <p>R: Peran pemerintah di tingkat nasional dan perencanaannya sih udah cukup baik ya, tapi biasanya terhambat di proses penerapan di lapangan..</p> <p>P: Kira-kira kenapa bisa gitu?</p> <p>R: Tergantung manusia pengelolanya sih, moralitas bangsa, hahahaha.. beraatt</p> <p>P: Waahh..</p> <p>R: Hahaahhaa..</p>	Perencanaan yang baik tidak didukung dengan penerapan di lapangan yang baik pula
Pengalaman organisasi infoman	<p>P: Ikut organisasi gak selama kuliah?</p> <p>R: Ya ikut, gw sempet jadi pengurus Masyarakat Rumput dan ikut beberapa kepanitiaan <i>Tree Grow Community</i> pengen belajar bekerja secara kelompok dengan baik dan sesuai target sih tujuannya, hahaha.. jadi ga individualis</p> <p>P: Ooo..</p> <p>R: Iya, karena ada kaitannya dengan kehutanan juga sih, jadi bisa tau gimana rasanya mengorganisir seperti kegiatan penghijauan atau nyusun kegiatan upaya rehabilitasi/penghijauan lingkungan gitu, hehhee..</p>	
Pendapat mengenai kegiatan kongkrit yang sudah dilakukan informan dalam andil menjaga kelestarian hutan	<p>P: Apa yang sudah lw lakuin untuk hutan itu sendiri?</p> <p>G: Mmm apa yah, banyak sih. Kaya ikut kegiatan penanaman gitu. Sering juga ikut kepanitiaan-kepanitaan kegiatan pelatihan atau seminar-seminar gitu yang pesertanya itu masyarakat di desa sekitar hutan. Disitu kita jelasin deh manfaatnya kalo ikut menjaga hutan itu apa aja keuntungannya, supaya mereka ngerti kali hutan itu harus dijaga biar lestari</p> <p>P: Alasan lw ikut kegiatan-kegiatan seperti itu apa?</p> <p>G: Cari pengalaman sih sama memperluas <i>link</i>. Dari kegiatan itu kan kita bisa lebih banyak ketemu orang jadi banyak pengalaman dan pengetahuan yang bisa diambil deh</p> <p>P: Kalo contoh tindakan kecil seperti apa yang lw biasa lakukan dan sadar kalau tindakan lw itu udah ikut untuk menjaga lingkungan atau hutan?</p>	Pendapat mengenai kegiatan kongkrit yang sudah dilakukan informan dalam andil menjaga kelestarian hutan

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>G: Gw sih suka buang sampah ga sembarangan, sampe-sampe kalo ga ada tempat sampah ditaro dulu di tas atau dikantong sampahnya. Baru nanti kalo udah ketemu tempat sampah dibuang deh. Sampah yang kecil gitu ya, kaya bungkus permen gitu. Kalo sampah lain yang kira-kira ga muat di kantong ya bela-belain cari tempat sampah. Pasti ada kok, ga mungkin ga ada deh tempat sampah</p> <p>P: Nah, menurut lw tindakan lw itu efektif ga?</p> <p>G: Efektif dong, harus efektif. Kalo ga efektif ya ga usah dilakuin, hahhaa..</p> <p>P: Ahahahhaa.. Terus gimana tuh cara lw ngeliat oh ini udah efektif?</p> <p>G: Mmm.. bisa diliat dari lingkungan sekitar kita sih. Kalo keliatan bersih ya berarti udah efektif, kalo belum ya ga efektif</p> <p>P: Yang keliatan sekarang gimana?</p> <p>G: Ya belum efektif sih, hahahhaa.. Setidaknya gw udah mengefektifkan diri untuk ikut jaga kebersihan, hehhee..</p>	
Pendapat jika informan akan membuat sebuah ILM kehutanan	<p>P: Nih kalo misalkan lw akan membuat sebuah ILM tentang kehutanan, ILM seperti apa yang akan lw buat?</p> <p>R: Saya akan buat ILM yang bahasanya ringan tapi disitu ditunjukin gimana aksi yang menggambarkan kalo kita mau ikut menjaga kelestarian hutan itu harus gini harus gitu loh. Jadi kaya seperti ngasih contoh gitu. Di ILMitu juga digambarin ini loh hasilnya kalau kita melakukan itu sama digambarin juga nah ini akibatnya kalo kita gaikut andil dalam menjaga hutan. Untuk pesannya bakal disampein lewat narasi gitu, ga pake tulisan-tulisan gitu, bikin ga fokus ngeliat iklannya tuh tulisan.</p> <p>P: Oke, terus..</p> <p>R: Mungkin ILMnya akan lebih baik ditujukan ke sekmen anak-anak sampai remaja aja. Dengan iklan yang ringan, menarik, dan pesan yang ga begitu berat terus ditayanginnya pas di sela-sela iklan pas jam anak-anak sampai remaja nonton tv, kaya pas jam kartun gitu misalnya</p> <p>P: Kenapa?</p>	<p>Informan akan membuat iklan yang ringan karena disesuaikan dengan segmennya yaitu anak-anak sampai remaja.</p> <p>Informan memilih segmen ILMnya adalah anak-anak sampai remaja karena akan lebih mudah diserap dan tertanam di kehidupan mereka selanjutnya</p>

Konsep	Transkrip	Catatan
	<p>R: Kalo ke anak-anak dan remaja jadinya pesan yang disampaikan akan bisa tertanamkan sejak dini sehingga akan membentuk moral cinta lingkungan yang mendalam pas mereka gede nanti pas di masyarakat atau mungkin pas sudah jadi pejabat atau pengusaha yang ikut memanfaatkan dan mengelola hutan. Lebih bagus kan..</p>	
<p>Deskripsi singkat daerah asal informan</p>	<p>P: Kalau boleh tau asalnya darimana ya? R: Garut P: Kondisi wilayahnya itu seperti apa ya? R: Mmm.. Kalo yang deket rumah sih banyak bukit-bukit dan kebun gitu, seperti desa umumnya deh.. Kebun-kebun itu yang ngelola masyarakat sendiri karena ya memang punya mereka jadi banyak dicampur tanaman pertanian.. P: Posisinya dari hutan itu ga jauh dong berarti ya? Bisa hampir tiap hari ke hutan dong.. R: Agak ke belakang lagi sedikit sih ada hutan di belakang rumah, hutan campuran gitu deh karena diseling ama tanaman atau pohon-pohonan yang memang dibutuhin untuk sehari-hari.. P: Enak dong ya R: Iya dong, sejuk..</p>	<p>Informan berasal dari daerah pedesaan yang masih terdapat hutan semacam hutan campuran karena ditanami tanaman atau pepohonan lain yang dibutuhkan</p>
<p>Latar belakang informan memilih bidang kehutanan</p>	<p>P: Berarti tertarik dengan hutan emang dari saat tinggal disana ya? R: Ya tertarik, tapi ga kepikir bakal jadi mahasiswa kehutanan.hahhaa.. Suka alam aja sih sebenarnya.. P: Jadi itu alesannya milih kuliah di bidang kehutanan? R: Ga juga sih, kelempar gitu sebenarnya. Tapi setelah kelempar ya jadi tertarik dan ingin memperdalam. Nanti rencananya mau ngambil S-2 juga biar lebih banyak ilmu kehutanan yang diperoleh P: Wih hebat R: Ah enggak ah, hehhee..</p>	<p>Informan sebelumnya belum tertarik dengan bidang kehutanan, setelah kuliah merasa tertarik dan ingin memperdalam</p>

AXIAL CODING HASIL WAWANCARA

Kategori	Informan		
	1	2	3
Deskripsi umum	<p>Usia 20 tahun. Semester 4 Program Studi Silvikultur. Berasal dari daerah perkotaan (Tangerang, Banten) dan jauh dengan lingkungan hutan. Aktif di Himpunan Mahasiswa</p>	<p>Usia 22 tahun, semester 8 Program Studi Konservasi Sumber Daya Hutan. Berasal dari daerah perkotaan (Pasuruan, Jawa Timur) dan jauh dengan lingkungan hutan. Kurang aktif di dalam Himpunan Mahasiswa</p>	<p>Usia 23 tahun, Sarjana Kehutanan Program Studi Silvikultur. Berasal dari daerah pedesaan (Garut, Jawa Barat) yang masih terdapat hutan semacam hutan campuran karena ditanami tanaman atau pepohonan lain yang dibutuhkan. Aktif di berbagai organisasi dan Himpunan Mahasiswa</p>
Latar belakang memilih bidang kehutanan	<p>Mengambil jurusan ilmu kehutanan karena faktor ketidaksengajaan. Diterima di Fakultas Kehutanan IPB melalui jalur SPMB</p>	<p>Tidak memiliki ketertarikan sebelum diterima di fakultas kehutanan tapi memiliki sedikit rasa penasaran karena suka <i>traveling</i>. Diterima di Fakultas</p>	<p>Belum tertarik dengan bidang kehutanan, setelah kuliah merasa tertarik dan ingin memperdalam sampai ingin melanjutkan studinya ke jenjang s-2</p>

Kategori	Informan		
	1	2	3
		Kehutanan IPB melalui jalur USMI	
Keorganisasian	Aktif	Tidak begitu aktif karena banyak tugas kuliah	Aktif, juga mengikuti organisasi lain yang tidak berhubungan dengan kehutanan
Bentuk kongkrit sebagai andil menjaga kelestarian hutan, contoh tindakan kecil	Aktif di berbagai macam kegiatan karena aktif di himpunan mahasiswa disamping mengikuti praktik lapang. Memakai kertas bekas dalam mengerjakan tugas	Ikut berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kehutanan. Buang sampah pada tempatnya, tetapi tidak menegur orang lain yang membuang sampah sembarangan	Aktif di berbagai macam organisasi dan kepanitian berbagai kegiatan di bidang kehutanan. Buang sampah pada tempatnya
Pengalaman mengenai ILM lain yang sejenis	Sudah pernah melihat ILM sejenis bertemakan hutan. Tema pesan tersebut masih diingat dengan baik	Sudah pernah melihat ILM sejenis. Tema pesan masih diingat	Sudah pernah melihat ILM sejenis dan masih ingat pesan disampaikan
Pengalaman mengenai ILM yang	Belum pernah melihat ILM yang	Belum pernah melihat ILM yang	Belum pernah melihat ILM yang

Kategori	Informan		
	1	2	3
diteliti	diteliti	diteliti	diteliti
Pendapat mengenai ILM yang diputar	Merasa tertarik dengan ILM tersebut. Pesan ILM dapat dipahami dari tulisan yang disajikan	Tidak tertarik dengan ILM tersebut karena musik latar dan pesan yang disajikannya	Tidak tertarik dengan ILM yang disajikan. Terkesan “seperti <i>slideshow</i> ”
Pendapat mengenai makna yang disajikan	Makna yang ditangkap yaitu penggambaran kondisi hutan saat ini. Makna diperoleh dari tulisan yang disajikan	Makna yang ditangkap yaitu penyajian mengenai fungsi-fungsi hutan. Makna diperoleh dari gambar-gambar yang disajikan	Makna yang ditangkap yaitu penyajian mengenai fungsi ekologis hutan. Makna diperoleh dari gambar dan tulisan karena masing-masing unsur saling memperjelas unsur yang lain
Pendapat mengenai pesan yang disampaikan	Pesan yang diperoleh yaitu pentingnya menjaga hutan, diperoleh dari tulisan yang disajikan	Kuantitas pesan yang disajikan kurang sehingga umum dan hanya sebatas cinta lingkungan saja	Pesan yang diterima dimengerti dari tulisan yang disajikan
Pendapat mengenai komposisi	Durasi pergantian tulisan terlalu	Tertarik dengan unsur gambar	Tidak menyukai suara latar yang

Kategori	Informan		
	1	2	3
unsur gambar, tulisan dan suara yang disajikan dalam ILM	cepat sehingga dibutuhkan fokus yang lebih agar mengerti	pada ILM tersebut karena perpaduan warna dan transisi dari satu gambar ke gambar yang lain	disajikan. Gambar dan tulisan terkesan seperti “ <i>slideshow</i> bermusik latar seram”
Pendapat mengenai komposisi unsur gambar, tulisan dan suara yang disajikan dalam ILM	Menganggap durasi tulisan yang disajikan terlalu cepat padahal pesan dapat dimengerti dari unsur tulisan	Tidak menyukai suara latar yang disajikan, sedangkan untuk unsur gambar dan tulisan yang disajikan komposisinya sudah pas	Tidak menyukai suara latar yang disajikan. Komposisi undur lain kurang menarik
Pendapat mengenai segmen target obyek penelitian	Masyarakat yang berada di sekitar hutan (masyarakat desa sekitar hutan)	Masyarakat luas, khususnya yang berada di sekitar hutan	Seluruh lapisan masyarakat
Pendapat mengenai audiens “non kehutanan” sebagai penonton ILM	Pesan yang disajikan tetap dimengerti disampaikan karena terlihat jelas dalam tulisan	Pesan yang disajikan tetap dimengerti karena dapat dilihat jelas dari tulisan-tulisan	Kemungkinan untuk mengerti pesan atau makna sangat kecil karena tidak menarik
Pendapat mengenai ILM yang baik	ILM yang bersifat aplikatif sehingga terlihat perlunya partisipasi aktif dari masyarakat	Harus bersifat persuasif dan disajikan perbedaan dari berbagai cara pengelolaan hutan, yang baik	Ringan, <i>simple</i> , agar mudah dimengerti

Kategori	Informan		
	1	2	3
		dan buruk	
Pendapat mengenai sifat persuasif ILM untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian hutan	Masyarakat hanya mengerti pesan yang disampaikan dan tidak sampai tergerak untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian hutan karena tidak memiliki gambaran apa yang harus dilakukan	Tergerak untuk menjaga lingkungan/hutan karena ia seorang “anak kehutanan”. ILM sebagai sarana pengingat kembali mengenai pentingnya menjaga kelestarian hutan untuk kehidupan	Kemungkinan ILM dapat memberikan persuasi agar masyarakat ikut andil menjaga kelestarian hutan sangat kecil karena ILM tidak dapat dimengerti dengan jelas
Pendapat jika akan membuat sebuah ILM mengenai kehutanan	Akan membuat ILM dengan tema sebuah gerakan untuk menjaga kelestarian hutan yang menggambarkan apa saja yang harus dilakukan untuk menjaga hutan	Pesan dan makna dari ILM akan lebih dimengerti oleh khayak jika ILM yang dibuat digunakan sebagai sarana promosi dari kegiatan atau program pemerintah yang akan dilaksanakan selanjutnya	Akan membuat iklan yang ringan disesuaikan dengan segmen anak-anak sampai remaja. Pemilihan segmen karena akan lebih mudah diserap dan tertanam di kehidupan mereka selanjutnya
Pendapat mengenai pemilihan media ILM	Media televisi memberikan kesan lebih menarik	Media elektronik (televisi), karena jumlah khalayak yang	Media televisi dapat mencakup jangkauan yang lebih luas

Kategori	Informan		
	1	2	3
	Lebih milih media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan, terhadap isi tidak mudah percaya karena banyak ditemukan ketidaksesuaian dengan fakta di lapangan	dapat dicakup lebih luas Isi media lebih diutamakan yang berasal dari sumber yang terdekat dari lokasi sumber informasi, kalo bisa ya dari sumber yang dikenal sama kita	
Pendapat mengenai kondisi lingkungan hidup (khususnya hutan)	Hutan memerlukan rehabilitasi karena kondisinya yang memprihatinkan	Manusia sebagai faktor utama perusak lingkungan/hutan	Lingkungan hidup sudah rusak, manusia sebagai faktor utama perusak
Pemegang peranan penting dalam menjaga hutan	Masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta yang ikut memanfaatkan hutan memiliki peranan yang sama penting	Semua <i>stakeholder</i> yang terkait dengan hutan	Semua <i>stakeholder</i> yang terkait dengan hutan (masyarakat, pemerintah, dan swasta)
Pendapat mengenai peran pemerintah dalam menjaga kelestarian hutan	Perlu ada tim khusus dalam membuat ILM dengan didampingi para ahli periklanan dan universitas agar pesan pada	Peran pemerintah penting, kebijakan yang disusun baik, namun kendala terlihat dalam proses penerapan kebijakan	Perencanaan yang baik tidak didukung dengan penerapan di lapangan yang baik pula

Kategori	Informan		
	1	2	3
	ILM yang diproduksi lebih tersampaikan	tersebut sehingga terjadi banyak <i>penyelewengan</i>	

Keterangan:

- Informan 1 : Umar Atik
- Informan 2 : Safinah Surya Hakim
- Informan 3 : Rodlyan Ghufrona
- Pengelompokan kategori;

: Pengetahuan
 : Pengalaman

SELECTIVE CODING HASIL WAWANCARA

Deskripsi Informan

- Informan 1 berasal dari lingkungan perkotaan yaitu Kota Tangerang –Banten yang wilayahnya berjauhan dengan lingkungan hutan. Informan aktif di Himpunan Mahasiswa. Informan 1 mengambil jurusan ilmu kehutanan karena faktor ketidaksengajaan yaitu melalui jalur SPMB. Kebiasaan informan 1 dalam ikut andil menjaga lingkungan adalah memakai kertas bekas dalam mengerjakan tugas kuliahnya untuk menghemat kertas. Hal ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan contoh kepada teman-teman yang lain sehingga dikemudian hari penggunaan kertas dengan hemat dalam skala besar dapat terjadi.
- Informan 2 berasal dari lingkungan perkotaan yaitu Kota Pasuruan - Jawa Timur yang wilayahnya berjauhan dengan lingkungan hutan. Informan kurang aktif di dalam Himpunan Mahasiswa karena tugas kuliah yang menyita waktu. Informan 2 tidak memiliki ketertarikan sebelum diterima di Fakultas Kehutanan tapi memiliki sedikit rasa penasaran karena memiliki hobi *traveling*. Informan 2 diterima di Fakultas Kehutanan IPB melalui jalur USMI. Informan 2 ikut berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kehutanan bila terdapat waktu senggang. Informan 2 memiliki kebiasaan membuang sampah pada tempatnya tetapi tidak menegur orang lain yang membuang sampah sembarangan.
- Informan 3 berasal dari daerah pedesaan yaitu Garut - Jawa Barat yang wilayahnya masih terdapat hutan campuran karena ditanami tanaman atau pepohonan lain yang dibutuhkan penduduk. Informan 3 aktif di berbagai organisasi, baik yang berhubungan dengan bidang kehutanan maupun yang tidak hal ini ditunjukkan dari keaktifannya di berbagai macam organisasi dan kepanitian berbagai kegiatan. Informan 3 belum memiliki ketertarikan dengan bidang kehutanan, namun setelah kuliah merasa tertarik dan ingin memperdalam sampai ingin melanjutkan studinya ke jenjang s-2. Salah satu bentuk partisipasi aktif informan 3 dalam menjaga lingkungan adalah dengan membuang sampah pada tempatnya.

→ Secara umum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan berasal dari daerah yang wilayahnya jauh dari lingkungan hutan, terkecuali informan 3. Informan 3 berasal dari wilayah yang disekitarnya masih terdapat banyak hutan karena penduduk di wilayah tersebut masih memanfaatkan hutan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini mempengaruhi latar belakang informan dalam memilih bidang yang akan digelutinya dimana informan 1 dan 2 tidak tertarik sebelumnya dengan bidang kehutanan dan memilih menggeluti bidang kehutanan karena faktor ketidaksengajaan. Berbeda dengan informan 3 yang memang memiliki ketertarikan dengan bidang kehutanan sebelum memutuskan untuk menggeluti bidang kehutanan. Informan 1 dan 3 merupakan mahasiswa yang aktif diberbagai organisasi, hal ini mempengaruhi perilaku dan kebiasaan informan sehari-hari yang berkaitan dengan perilakunya dalam menjaga kelestarian lingkungan. Berbeda dengan informan 1 dan 3, informan 2 tidak aktif dalam organisasi karena kesibukan kuliah dan mengerjakan tugas.

Konsep Pengetahuan

- Informan 1 memiliki rasa ketertarikan dengan ILM yang diteliti. Menurutnya pesan ILM yang dipahami adalah pentingnya menjaga hutan dapat dipahami dari tulisan yang disajikan. Penggambaran kondisi hutan saat ini dimaknai informan 1 dari ILM yang diteliti dimana makna tersebut diperoleh dari tulisan yang disajikan. Informan 1 berpendapat bahwa durasi pergantian tulisan terlalu cepat sehingga pesan yang disampaikan kurang dimengerti padahal pesan lebih mudah dimengerti dari unsur tulisan yang disajikan. Segmen target ILM yang diteliti menurut informan 1 adalah masyarakat yang berada di sekitar hutan (masyarakat desa sekitar hutan). Menurut informan 1 pesan yang disajikan tetap dimengerti walaupun dikonsumsi oleh audiens “non kehutanan” karena terlihat jelas dalam tulisan yang disajikan. Informan 1 berpendapat bahwa ILM harus bersifat aplikatif sehingga terlihat perlunya partisipasi aktif dari masyarakat. Mengenai ILM yang diteliti informan 1 menyatakan bahwa audiens hanya mengerti pesan yang disampaikan dan tidak sampai terpersuasi untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian hutan

karena tidak memiliki gambaran apa yang harus dilakukan. Informan 1 lebih milih media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan, terhadap isi tidak mudah percaya karena banyak ditemukan ketidaksesuaian dengan fakta di lapangan, informan 1 juga berpendapat bahwa media televisi merupakan media yang paling efektif karena memiliki kesan lebih menarik dibandingkan media lainnya.

- Informan 2 tidak memiliki rasa ketertarikan dengan ILM yang diteliti tersebut karena musik latar yang mengganggu dan pesan yang disajikannya terlalu sedikit, hanya sebatas cinta lingkungan saja. Makna yang ditangkap oleh informan 2 adalah penyajian mengenai fungsi-fungsi hutan yang diperoleh dari gambar-gambar yang disajikan. Informan 2 hanya merasa tertarik dengan unsur gambar pada ILM yang diteliti karena perpaduan warna dan transisi dari satu gambar ke gambar yang lain. Sebaliknya, informan 2 tidak menyukai suara latar yang disajikan. Menurut informan 2 segmen target dari ILM yang diteliti adalah masyarakat luas khususnya masyarakat yang berada di sekitar hutan. Menurut informan 2 pesan yang disajikan tetap dimengerti oleh audiens “non kehutanan” karena dapat dilihat jelas dari tulisan-tulisan yang disajikan. Informan 2 berpendapat bahwa ILM harus bersifat persuasif dengan menyajikan perbedaan dari cara pengelolaan hutan yang baik dan buruk. Informan 2 menyatakan bahwa ia tergerak untuk menjaga lingkungan atau hutan karena ia seorang “anak kehutanan” dan ILM yang diteliti sebagai sarana pengingat mengenai pentingnya menjaga kelestarian hutan untuk kehidupan. Informan 2 lebih mengutamakan isi media yang berasal dari sumber yang terdekat dari lokasi sumber informasi. Menurut informan 2 media elektronik merupakan media yang paling efektif untuk pemutaran ILM karena jumlah khalayak yang dapat dicakup lebih luas.
- Informan 3 tidak memiliki ketertarikan dengan ILM yang diteliti, kesan pertama yang diperoleh adalah “seperti *slideshow*” bermusik latar seram. Makna yang ditangkap yaitu penyajian mengenai fungsi ekologis hutan. Makna diperoleh dari gambar dan tulisan karena masing-masing unsur saling memperjelas unsur yang lain. Pesan yang diterima informan 3 dapat dimengerti dari tulisan yang disajikan. Informan 3 tidak menyukai suara latar

yang disajikan. Menurut informan 3 segmen target audiens dari ILM yang diteliti adalah seluruh lapisan masyarakat. ILM yang ringan dan *simple* merupakan ILM yang baik bagi informan 3 agar mudah dimengerti. Menurut informan 3 ILM yang diteliti memiliki kemungkinan yang kecil untuk dapat mempersuasi audiens agar masyarakat ikut andil menjaga kelestarian hutan sangat karena ILM tersebut tidak dapat dimengerti dengan jelas. Menurut informan 3 media elektronik merupakan media yang paling efektif sebagai media distribusi ILM karena dapat mencakup jangkauan yang lebih luas.

- Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa ILM yang diteliti tidak menarik, hanya informan 1 yang memiliki ketertarikan dengan ILM tersebut. Namun, menurut ketiga informan pesan yang ingin disampaikan dalam ILM tetap dimengerti oleh audiens dari unsur tulisan yang disajikan dalam ILM. Menurut ketiga informan ILM yang diteliti memiliki kemungkinan yang kecil dalam mempersuasi audiens untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian lingkungan atau hutan karena audiens tidak memiliki gambaran apa yang harus dilakukannya. Dalam ILM yang diteliti, audiens dinilai hanya disajikan informasi mengenai kondisi hutan saat ini yang membutuhkan perhatian tanpa dijelaskan bagaimana dan tindakan seperti apa yang dapat dan harus dilakukan. Ketiga informan menyetujui bahwa bahwa media televisi merupakan media yang paling efektif dalam mendistribusikan ILM.

Konsep Pengalaman

- Informan 1 berpendapat bahwa saat ini hutan memerlukan proses rehabilitasi karena kondisinya yang memprihatinkan. Jika akan membuat sebuah ILM informan akan yang bertema sebuah gerakan untuk menjaga kelestarian hutan yang menggambarkan apa saja yang harus dilakukan untuk menjaga hutan. Informan 1 berpendapat bahwa diperlukan tim khusus dalam membuat ILM dengan didampingi para ahli periklanan dan universitas agar pesan pada ILM yang diproduksi lebih tersampaikan. Informan 1 sudah pernah melihat ILM sejenis yang bertemakan hutan berjudul *One Man One Tree*. ILM tersebut menyajikan ajakan untuk menanam pohon. Tema pesan ILM tersebut masih

diingat dengan baik. Namun informan 1 belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya.

- Informan 2 sudah pernah melihat ILM sejenis yang bertemakan hutan berjudul *One Man One Tree* dimana tema pesan masih diingat jelas olehnya. Namun informan 2 belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya. Informan 2 berpendapat bahwa manusia merupakan aktor utama kerusakan lingkungan. Menurut informan 2 pesan dan makna dari ILM akan lebih dimengerti oleh khayak jika ILM yang dibuat merupakan bagian dari sarana promosi sebuah kegiatan atau program pemerintah yang akan dilaksanakan selanjutnya. Pemerintah memiliki peran yang penting, informan 2 berpendapat bahwa kebijakan yang disusun sudah baik namun kendala terlihat dalam proses penerapan kebijakan tersebut sehingga terjadi banyak *penyelewengan*.
 - Informan 3 sudah pernah melihat ILM sejenis yang bertemakan jagalah kebersihan dimana pesan ILM tersebut masih diingat yaitu buanglah sampah pada tempatnya. Informan 3 belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya. Informan 3 berpendapat bahwa ILM yang baik merupakan ILM yang ringan dan disesuaikan dengan segmen target audiens adalah anak-anak sampai remaja. Pemilihan segmen target tersebut karena akan lebih mudah diserap dan tertanam di kehidupan mereka selanjutnya. Kondisi lingkungan hidup khususnya hutan menurut informan 3 saat ini sudah rusak dengan manusia sebagai faktor utama perusak. Informan 3 berpendapat bahwa perencanaan yang dilakukan pemerintah sudah baik namun tidak didukung dengan penerapan di lapangan yang baik pula.
- Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa ILM sejenis yang bertemakan lingkungan atau hutan sudah pernah dikonsumsi oleh para informan namun belum pernah melihat ILM yang diteliti sebelumnya. Secara umum dapat disimpulkan juga bahwa ILM yang baik adalah ILM yang disesuaikan dengan target audiens yang ingin dicapai. Peran pemerintah dalam penyusunan kebijakan dalam permasalahan lingkungan hidup khususnya hutan sudah baik, namun permasalahan terjadi saat proses penerapan di lapangan karena banyak terjadi penyelewengan baik yang disengaja ataupun tidak disengaja.