

DESAIN MEDIA KOMUNIKASI UNTUK PENDIDIKAN KONSERVASI DAN EFEKNYA TERHADAP PERUBAHAN PENGETAHUAN, SIKAP DAN PERILAKU MASYARAKAT DI KAWASAN LINDUNG SUNGAI LESAN, BERAU, KALIMANTAN TIMUR

(Design of Communication Media for Conservation Education and Its Effect in Changing The Knowledge, Attitude and Behavior of Communities in Lesan River Protected Area, Berau, East Kalimantan)

Agustina Tandi Bunna¹⁾, E.K.S Harini Muntasib²⁾, dan Burhanuddin Masy'ud²⁾

ABSTRACT

The objectives of this research were to identify types of communication media in delivering messages based on media preferences by the community, to identify conservation education effect to the knowledge, attitude and behavior of the community in forest resources conservation, and to identify influence factor in media effectiveness. The research was conducted in 7 villages within Kelay Subdistric and City of Tanjung Redeb for 18 monthes (November 2007 until April 2009) which managed by three phases: first phase, preparation in identification and designing media and outreach program using multi-stakeholder workshop, focus group discussion and survey methodology; second phase, implementation activities by delivering the message used various communication media; third phase, evaluation and monitoring of media effectiveness by conducting identification of influence factor and changing in knowledge, behavior and attitude of the community in forest resources conservation. The results showed that knowledge of the community about the status of the area increased by 48%, where as community knowledge about the status of Sungai Lesanes protected area increased by 60.73%. Support to the area establish in local community increased by 22.51%. Based on Likert scale, community attitude was very strong (90.78% to 94.08%), attitude of the community related to the sustainability of forest use was still high (from 73.39% to 74.70%). Changing behavior after implementation activities was happened, indicated with the communities initiative in land use planning in Sido Bangen village and initiative in arranging participative planning with villager in Merapun and Muara Lesan village. Developing communication media based on community reference that implemented in environmental education has effective effect in delivering the conservation message to the community. The effective media for rural community generally has characteristic such as visual media and entertainment (e.q. poster and song).

Key words: conservation education, forest resources, knowledge, attitude, behavior

PENDAHULUAN

Kawasan Lindung Sungai Lesan merupakan habitat penting bagi orang utan Kalimantan (*Pongo pygmaeus*). Dalam pengelolaan kawasan ini diperlukan

¹⁾ *The Nature Conservancy*, JL. Cempaka No. 7, Tanjung Redeb, Kalimantan Timur, Indonesia

²⁾ Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan, Fakultas Kehutanan, IPB

partisipasi aktif dan dukungan dari masyarakat lokal. Dukungan dan partisipasi dapat diperkuat melalui pendidikan konservasi. Pendidikan konservasi yang dilakukan dengan metode, media, dan waktu penjangkauan yang tepat akan berhasil. Menurut Kushardanto (2007), pendidikan konservasi tidak mencapai tujuannya karena pesan yang disampaikan melalui media kepada masyarakat masih terlalu teknis.

Pendidikan konservasi yang tidak dirancang dengan baik, tidak akan membangun dukungan konstituens. Pesan-pesan konservasi yang telah dirancang dengan teliti dan dengan segmentasi pasar yang tepat diyakini akan berhasil jika disampaikan dengan menggunakan saluran komunikasi yang tepat. Menurut Weinreich (1999), untuk menjangkau target audiens untuk berbagai segmentasi yang berbeda, perlu diidentifikasi saluran komunikasi yang menarik perhatian dan yang dipercayai oleh audiens. Untuk target audiens yang berbeda, penjangkauan menggunakan saluran komunikasi yang populer dan dapat dipertanggungjawabkan.

Salah satu bentuk implementasi pendidikan konservasi dengan menggunakan berbagai media komunikasi dan kelompok sasaran yang luas adalah kampanye bangga (*pride campaign*). Kampanye bangga yang dikembangkan oleh RARE ini merupakan suatu perkawinan antara pendidikan konservasi secara tradisional dan teknik *social marketing* yang bertumpu pada perubahan perilaku membangkitkan dukungan dan aksi konservasi dari publik. Media edukatif dan kreatif yang digunakan dalam kampanye bangga ini, misalnya, menggunakan maskot spesies kunci dan menggunakan kegiatan sekolah, media cetak, media massa, dan berbagai media lain yang digali dari media preferensi target kampanye (Kushardanto, 2007).

Beberapa kampanye bangga yang telah diaplikasikan di Indonesia dan berhasil mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat (Rare, 2007), di antaranya, sebagai berikut.

- (1) Kampanye bangga di Kepulauan Togean (2001-2002), sejalan dengan meningkatnya pengetahuan mengenai perlindungan ekosistem terumbu karang, telah mendorong masyarakat untuk membuat peraturan kampung untuk melindungi terumbu karang dan sumber daya penting kelautan lainnya.
- (2) Kampanye bangga di Siberut (2004-2005) dengan membawa pesan-pesan konservasi kepada kelompok masyarakat yang rendah angka melek hurufnya melalui radio komunitas telah berhasil mengangkat pengetahuan mengenai nilai pentingnya hutan.
- (3) Kampanye bangga di Phakpak Bharat (2004-2005) membangun dukungan masyarakat lokal untuk mengelola lahan yang tidak terpakai di sekitar kawasan lindung sebagai bagian program penghijauan.
- (4) Kampanye bangga di Derawan (2006-2007) membangun dukungan masyarakat lokal untuk pengelolaan sumber daya laut yang berkelanjutan dan memperkuat dukungan penciptaan Kawasan Konservasi Laut (KKL) Berau.
- (5) Kampanye bangga di Lhoknga dan Leupung, Kabupaten Aceh Besar, Naggroe Aceh Darussalam (2007-2008) telah berhasil menguatkan lembaga adat *pawang uteun* untuk pengelolaan hutan berkelanjutan di Aceh Besar.

- (6) Kampanye bangga di Kawasan Hutan Produksi Potorono dan Hutan Lindung Gunung Sumbing Magelang (2007-2008) telah berhasil mengubah perilaku pada gerakan sosial konservasi sumber daya hutan Jawa.

Kawasan Lindung Sungai Lesan telah memiliki Badan Pengelola yang ditetapkan oleh Bupati Berau pada tahun 2004. Dalam rangka mendukung Badan Pengelola melaksanakan pengelolaan kawasan serta meningkatkan pengetahuan dan sikap positif yang mendukung konservasi kawasan serta perubahan perilaku, pendidikan konservasi dengan metode kampanye bangga dengan menggunakan berbagai media komunikasi perlu dilakukan secara intensif.

Penelitian untuk melihat peran media dalam perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat tentang konservasi sumber daya hutan menjadi hal yang menarik yang ingin diketahui oleh peneliti. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- (1) mengidentifikasi jenis-jenis media komunikasi untuk pendidikan konservasi berdasarkan media preferensi masyarakat;
- (2) menyusun dan merancang media komunikasi berdasarkan uji coba media terhadap masyarakat target;
- (3) mengetahui efek perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat setelah implementasi media komunikasi;
- (4) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media komunikasi untuk pendidikan konservasi.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian dilakukan di 7 kampung di Kecamatan Kelay yang meliputi 4 kampung yang berbatasan langsung dengan kawasan (Masyarakat Kelompok I), 3 kampung yang tidak berbatasan langsung dengan kawasan (Masyarakat Kelompok II), dan kota Tanjung Redeb (Masyarakat Kelompok III) selama 18 bulan ,dari November 2007-April 2009.

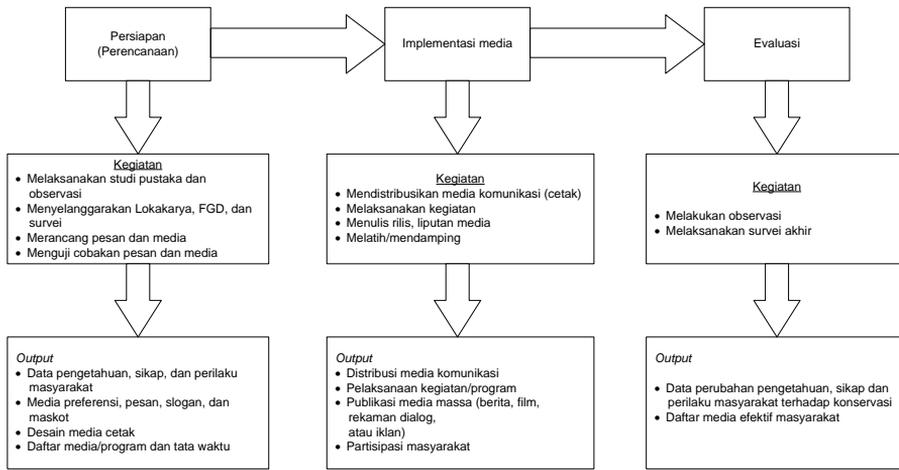
Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi untuk mengidentifikasi dan merancang media komunikasi pendidikan konservasi berdasarkan media preferensi ('kesukaan', 'pilihan') masyarakat, mengimplementasikan media komunikasi, serta mengidentifikasi faktor-faktor efektivitas media dari aspek karakteristik media, masyarakat sebagai target audiens, dan metode distribusi atau implementasi, serta mengetahui perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat tentang konservasi sumber daya hutan setelah implementasi pendidikan konservasi.

Media preferensi dinilai efektif atau memiliki dampak terhadap masyarakat jika setelah distribusi media dan pelaksanaan aktivitas penjangkauan, pengetahuan masyarakat mengenai sumber daya hutan meningkat, sikap masyarakat untuk mendukung upaya konservasi kuat atau tinggi, serta ada inisiatif (perilaku) yang terlihat untuk bertindak melakukan kegiatan atau aksi yang mendukung konservasi sumber daya hutan di sekitar Kawasan Lindung Sungai Lesan (Kecamatan Kelay), Berau, Kalimantan Timur.

Tahapan Penelitian

Penelitian ini secara garis besar terdiri dari tiga bagian, yaitu tahap persiapan atau perencanaan untuk mengidentifikasi dan merancang media, tahap implementasi berbagai media dan program penjangkauan, dan tahap evaluasi dampak atau efek media terhadap perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat tentang konservasi sumber daya hutan. Uraian rencana metode pelaksanaan setiap tahap penelitian dan output dari setiap tahapan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema tahapan penelitian

Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan tiga tahap berikut.

- (1) Tahap persiapan menggunakan metode lokakarya multi pihak, FGD (*focus group discussion*), dan survei wawancara.
 - (a) Lokakarya bertujuan mengidentifikasi isu utama konservasi hutan. Partisipan lokakarya ditentukan berdasarkan identifikasi *stakeholder* kunci di lokasi penelitian, jumlahnya sekitar 40-50 orang. Alat bantu pelaksanaan lokakarya adalah berbagai perlengkapan alat tulis dan pertemuan.
 - (b) Metode FGD bertujuan menggali secara mendalam isu konservasi utama dan masukan awal media preferensi masyarakat, responden FGD sekitar 12 orang di 4 lokasi penelitian (Spencer, 1989). Untuk melaksanakan FGD digunakan lembaran panduan pertanyaan dan peralatan perekam proses.
 - (c) Metode survei wawancara bertujuan mengetahui demografi masyarakat, media preferensi, pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat. Untuk melaksanakan survei wawancara digunakan lembaran daftar pertanyaan (kuisisioner). Jumlah sampel survei 382 orang diambil dari total populasi 55.320 jiwa. Sampel dihitung berdasarkan tingkat keyakinan (*level of confident*) 95% dengan interval kesalahan (*confidence interval*) $\pm 5\%$. Jumlah responden per

kampung didapatkan dengan metoda *quota sampling technique* (RARE, 2007a; Smith, 2005).

- (2) Tahap implementasi menggunakan berbagai media komunikasi (komunikasi interpersonal, media cetak, media massa, dan melalui berbagai kegiatan atau program penjangkauan) yang dikembangkan berdasarkan media preferensi masyarakat.
- (3) Tahap pemantauan dan evaluasi perubahan perilaku, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap konservasi sumber daya hutan serta dan media efektif masyarakat kampung dan kota dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Analisis Data

Analisis data penelitian dilakukan dengan cara berikut.

- (1) Pengukuran pengetahuan dilakukan dengan membandingkan pengetahuan masyarakat sebelum dan sesudah implementasi program pendidikan konservasi.
- (2) Pengukuran sikap menggunakan skala Likert dan dibandingkan sebelum dan sesudah implementasi program dengan menggunakan sejumlah pertanyaan terkait konservasi sumber daya hutan.
- (3) Pengukuran perilaku dilakukan dengan membandingkan sikap terhadap aksi/tindakan konservasi sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Perubahan perilaku juga diamati langsung, tindakan apa yang mereka lakukan setelah implementasi program pendidikan.
- (4) Media preferensi masyarakat diketahui dengan cara wawancara survei media preferensi masyarakat sebelum dan setelah implementasi program.
- (5) Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media dilakukan dengan cara observasi respons masyarakat terhadap media, karakteristik media, dan metode implementasi media.

Untuk membantu proses pengolahan dan analisis data survei digunakan *software* SurveyPro 3.0 dan Ms. Excel. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk visual seperti tabel, gambar atau grafik batang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Lokasi Penelitian

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Berau Nomor 3 Tahun 2004 tentang Tata Ruang Wilayah Berau Tahun 2001-2011 Tanggal 29 Mei 2004 telah dialokasikan secara khusus kawasan perlindungan habitat orang utan di Sungai Lesan. Kawasan sedang diusulkan menjadi hutan lindung di Departemen Kehutanan, dan saat ini umum disebut Kawasan Lindung Sungai Lesan. Kawasan ini merupakan habitat penting bagi orang utan Kalimantan (*Pongo pygmaeus*).

Hutan ini bukan hanya menjadi tempat hidup primata endemik dan langka ini saja, tetapi juga memiliki peranan penting bagi masyarakat yang hidup di sekitarnya. Kawasan Lindung Sungai Lesan terletak di Kecamatan Kelay, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur dalam koordinat 01°32' 20,26"-01°40'29,67" Lintang Utara dan 117° 03'58,19"-117°11'13,47" Bujur Timur, dengan luasan 12.192 ha (PEMDA Berau, 2005).

Karakteristik Masyarakat

Masyarakat sasaran dalam penelitian ini berjumlah 55.320 orang (BPS, 2007) di Kota Tanjung Redeb dan masyarakat sekitar Kawasan Lindung Sungai Lesan, Kecamatan Kelay. Masyarakat target dominan suku Dayak (Gaai, Kenyah, Lebo', dan Punan) dan berbagai suku pendatang lainnya yang telah bermukim lama ataupun menetap untuk alasan pekerjaan. Masyarakat umumnya memeluk agama Kristen, kecuali di Kampung Muara Lesan (suku Berau) dan Tanjung Redeb ibukota Kabupaten Berau umumnya memeluk agama Islam. Dari hasil survei awal (*pre-survey*) dengan mengambil sampel 382 orang, karakteristik masyarakat berdasarkan komposisi jenis kelamin, jenis pekerjaan, pendidikan, kelompok umur, serta komposisi per kelompok masyarakat (MK) diuraikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik masyarakat target

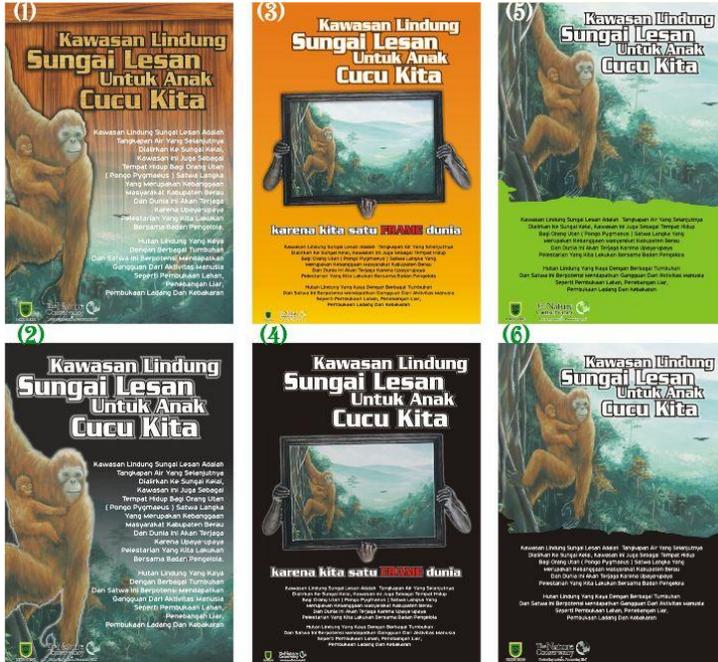
Karakteristik masyarakat target	Deskripsi
Komposisi jenis kelamin	56,8 % laki-laki; 43,2 % perempuan
Jenis pekerjaan	47,6% peladang; 14,92% sebagai ibu rumah tangga; dan 37,48% pekerjaan lainnya (pedagang, guru, dan lain-lain).
Pendidikan	3,7% tidak pernah bersekolah formal; 52,8% tamat sekolah dasar; 19,4% tamat sekolah menengah pertama; 15,2% tamat sekolah menengah atas; dan 9% tamat perguruan tinggi
Komposisi jumlah responden	43,9% MK I (Masyarakat kampung yang berbatasan langsung dengan kawasan); 49,1% MK II (Masyarakat kampung yang tidak berbatasan langsung dengan kawasan); 7% MK III (Masyarakat perkotaan yang jauh dari kawasan)
Komposisi kelas umur	20,7% (15-24 tahun); 30,1% (25-34 tahun); 27,2% (35-44 tahun); 22% (>45 tahun)

Media Preferensi Masyarakat dan Uji Coba Media

Sumber informasi yang dikenal dan dipercaya masyarakat di atas 50% adalah tokoh unsur pemerintah (kampung/kelurahan, kecamatan, kabupaten), badan perwakilan kampung (BPK), aparat/penegak hukum, tokoh adat, guru, dan anggota keluarga. Kegiatan yang disukai adalah sebagai berikut: yang terkait adat/budaya (disukai 27,70%); lomba kesenian tradisional berupa musik atau tarian (23,6%); lomba olahraga (44%); dan kegiatan keagamaan di gereja (31,9%). Masyarakat di perkotaan (Tanjung Redeb) dengan total penduduk 51.524 (BPS, 2007) diketahui 57,69% mendengarkan radio, yaitu RRI Samarinda (14,10%), RSPD Berau (8,10%), dan RRI Jakarta (6,30%). Umumnya masyarakat di kota Tanjung Redeb membaca koran/majalah (sekitar 70% dari jumlah responden membaca koran).

Berdasarkan isu kunci tentang konservasi sumber daya hutan, dirumuskan pesan konservasi berikut. Kawasan Hutan Lindung Sungai Lesan penting untuk kehidupan kita sekarang dan masa depan. Kawasan ini menjaga sumber air kita juga rumah bagi orang utan dan satwa penting lainnya. Peran kita untuk bersama mendukung penyusunan tata guna lahan kampung penting untuk menjaga kawasan dan fungsinya bagi anak cucu kita. Slogan "kawasan lindung sungai lesan untuk anak cucu kita" dibuat dengan menggunakan orang utan (satwa kebanggaan masyarakat) sebagai maskot.

Berdasarkan media preferensi masyarakat sasaran yang terkait dengan sumber informasi yang dapat dipercaya, pesan kunci, slogan, dan maskot, dirancang media komunikasi cetak utama (poster, stiker, pin, kaos, dan lembar informasi). Poster dirancang menjadi 6 desain dan diujicobakan kepada masyarakat sasaran sebagaimana pada Gambar 2. Desain kaos (Gambar 3) dibuat dalam 2 model (berkerah dan oblong), kaos oblong dibuat menjadi desain versi hitam dan putih dan kaos kerah berwarna putih dengan tulisan hijau; stiker/pin (Gambar 4) dibuat dalam 7 desain.



Gambar 2. Desain poster yang diujicobakan

Setelah diujicobakan terhadap masyarakat dengan teknik FGD terhadap kelompok masyarakat kampung (3 kampung/lokasi, 5-10 orang per kelompok), masyarakat kota (3 kelompok, 5-10 orang per kelompok) dan kelompok anak-anak (5-10 orang per kelompok), poster yang dominan dipilih oleh kelompok masyarakat (6 kelompok FGD) pada Gambar 2 adalah desain nomor (5) dengan pertimbangan berikut: *warna* hijau dominan pada poster lebih alami, senada dengan gambar hutan; *ilustrasi* orang utan dan anaknya serta hutan di belakangnya sudah dimengerti maksudnya dengan mimik orang utan yang alami; *judul (slogan)* terlihat dari jarak jauh, teks *pesan* dimengerti ada hubungan kesehatan hutan dengan keberlanjutan hidup makhluk di dalamnya (diwakili orang utan sebagai maskot), pesannya tidak menghakimi, hanya saja teks perlu dipersingkat; *ukuran* poster diulurkan besar (ukuran A1 atau A0).

Kaos yang dominan dipilih masyarakat (Gambar 3) adalah kaos dengan warna dasar putih (baik untuk kaos oblong maupun berkerah). Teks pada kaos sudah dapat terbaca dari jarak 5-10 m, pesan singkat dan jelas untuk mengajak terlibat dalam konservasi, hanya perlu ditambahkan logo lembaga, dan gambar orang utan perlu dipertajam.



Gambar 3. Desain kaos yang diuji cobakan



Gambar 4. Desain stiker/pin yang diujicobakan

Dari hasil uji coba desain pin/stiker (Gambar 4), yang banyak dipilih masyarakat adalah desain pin/stiker yang berbentuk bulat. Desain stiker/pin yang dipilih adalah desain nomor (2), yaitu dominan warna hijau dan kuning, tetapi diusulkan tanpa garis pinggir hitam (untuk pin), teks perlu dipertajam dan ditambah informasi Kabupaten Berau. Ukuran yang diusulkan jika dicetak untuk pin adalah 5-7 cm agar mudah dipakai dan ukuran stiker dengan diameter 5-6 cm dan 10-15 cm agar mudah diaplikasikan.

Implementasi Media Komunikasi (Kampanye Bangga)

Berdasarkan media preferensi masyarakat yang dilihat dari tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi, dikembangkan berbagai jenis media komunikasi seperti pada Tabel 2. Implementasi media dengan berbagai program ini dikenal dengan istilah kampanye bangga. Media komunikasi dipilih berdasarkan pertimbangan kebutuhan target audiens (masyarakat) dan ketersediaan anggaran yang dimiliki (Weinreich, 1999).

Tabel 2. Jenis media komunikasi yang diimplementasikan

Jenis program media komunikasi yang diimplementasikan				
Materi Cetak	Program sekolah	Media massa	Program penjangkauan	Penguatan kapasitas
Lagu konservasi	Panggung boneka & kunjungan maskot	Dialog-interaktif (<i>live</i>)	Penyuluhan/sosialisasi melalui gereja	Pelatihan teater
Poster	Seminar pelajar	Iklan layanan masyarakat (PSA)	Rapat kampung	Pelatihan public speaking
Stiker	Lomba gambar	Liputan teropong indosiar	Kunjungan dari rumah ke rumah	Pelatihan pembuatan boneka
Lembar Informasi (<i>fachsheet</i>)	Lokakarya penyusunan materi panggung boneka	Liputan program si bolang (bocah petualang) trans 7	Perayaan Hari Bumi	Penguatan kapasitas aparat kampung
Lembar kotbah konservasi Kalender sekolah tahun 2009	Kemah konservasi	Liputan berau televisi Liputan kaltim post	Perayaan HUT RI Lokakarya Review RENSTRA BP LESAN	- -
Kaos (berkerah dan oblong)	-	Liputan radar tarakan	Diskusi Kawasan Lindung Sungai Lesan	-
Standing banner	-	Liputan tribun kaltim/pro media	Rapat dengar pendapat DPRD kunjungan Bupati Berau	-
Suvenir	-	-	-	-
Papan informasi	-	-	-	-
Panggung dan Boneka (<i>puppet</i>)	-	-	-	-
Kostum orang utan (maskot)	-	-	-	-

Implementasi media komunikasi/kegiatan di lokasi yang berbatasan langsung dengan kawasan lebih besar (65,54%) jika dibandingkan dengan yang tidak berbatasan dengan kawasan (47,75%). Hal ini dilakukan atas pertimbangan untuk memperkuat dukungan dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pengamanan kawasan. Demikian halnya di tingkat kota/kabupaten (persentase kegiatan 56,76%), untuk mendorong dukungan politis dalam rangka mempercepat proses legalitas kawasan menjadi hutan lindung sebagaimana aspirasi pemerintah daerah dan masyarakat.

Perubahan Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat Pascaimplementasi

Tingkat pengetahuan masyarakat setelah implementasi media pendidikan konservasi terhadap kawasan dari yang tidak tahu menurun 48% menjadi tahu. Pengetahuan masyarakat mengenai status hutan di Kawasan Lindung Sungai Lesan sebelumnya 3,4% yang mengetahui sebagai kawasan lindung menjadi 64,14% (atau meningkat 60,73%). Hanya sebagian kecil dari masyarakat yang mengatakan kawasan sebagai hutan penelitian, hutan konservasi, hutan yang penuh larangan atau hutan yang tidak boleh mengambil apapun.

Kekritisian masyarakat mengenai dampak kerusakan hutan setelah implementasi pendidikan konservasi telah terbangun. Dampak-dampak kerusakan hutan yang diperhatikan sebagai dampak yang diakibatkan perubahan fungsi hutan, di antaranya orang utan sering masuk ke kampung/ladang (meningkat 26,70%), banjir yang lebih sering, longsor, dan habis atau hilangnya hasil hutan nonkayu.

Badan Pengelola Kawasan Lindung Sungai Lesan (BP Lesan) telah ditetapkan oleh bupati. Setelah implementasi program, masyarakat yang tidak tahu mengenai pengelola hutan menurun 52,09%. Keputusan Bupati Berau menjadikan kawasan hutan di Sungai Lesan mendapatkan dukungan yang semakin kuat (dari 68,59% menjadi 91,10%) atau meningkat 22,51%. Sikap diukur dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari 3 tingkatan kategori, yaitu penting (P), tidak penting (TP), dan tidak tahu (TT). Sikap dikategorikan rendah jika bobot di antara 0 - 33,33%, sedang jika 34,33 - 66,67%, dan kuat/tinggi jika 67,67 - 100%. Sikap masyarakat setelah implementasi tetap kuat/tinggi (dari 90,78% menjadi 94,08%).

Tabel 3. Sikap masyarakat terhadap konservasi sumber daya hutan

Sikap masyarakat terhadap konservasi sumber daya hutan	Kriteria dan bobot			Jumlah skor	Bobot (%)
	P(3)	TP (2)	TT (1)		
Menyelamatkan hutan Lindung Sungai Lesan dari pengambilan kayu yang berlebihan	354	11	17	1101	96,07
Mendiskusikan dengan anggota masyarakat lainnya cara penyelamatan hutan Sungai Lesan	350	7	25	1089	95,03
Menjaga kawasan hutan Sungai Lesan agar tidak diubah menjadi lahan perkebunan kelapa sawit	332	17	33	1063	92,76
Memikirkan cara pemenuhan kebutuhan kayu yang lebih berkelanjutan	339	14	29	1074	93,72
Mendiskusikan akibat pembukaan hutan bagi kehidupan masyarakat	345	9	28	1081	94,33
Terlibat dalam upaya perlindungan hutan Sungai Lesan yang dilakukan oleh masyarakat kampung	335	9	38	1061	92,58
Total (Sikap setelah pendidikan konservasi)	343	11	28	1078	94,08
Total (Sikap sebelum pendidikan konservasi)	300	59	24	1,040	90,78

Keterangan: P = penting, TP = tidak penting, TT = tidak tahu

Sikap terhadap pemanfaatan sumber daya hutan juga diukur dengan menggunakan skala Likert (Kriyantono, 2008), metodenya dengan mengajukan 10 pernyataan yang dianggap mewakili atau terkait pemanfaatan sumber daya hutan. Sikap terhadap pemanfaatan sumber daya hutan menggunakan 5 tingkatan kriteria, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), dengan penggolongan sikap dikategorikan sangat lemah jika jumlah bobot di antara 0-20%, lemah jika 21-40%, cukup jika 41-60%, kuat jika 61-80%, dan sangat kuat jika 81-100%. Sebagaimana pada Tabel 4 sikap masyarakat tetap kuat setelah implementasi program dengan menggunakan berbagai media komunikasi (dari 73,39% menjadi 74,70%).

Tabel 4. Sikap masyarakat terhadap pemanfaatan hutan

Sikap masyarakat terhadap pemanfaatan hutan	Kriteria dan Bobot					Total Skor	%
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Hutan Sungai Lesan perlu dilestarikan untuk menjaga sumber air kita	162	207	12	1	0	1676	87,75
Hutan Sungai Lesan perlu dijaga untuk tempat madu hutan	98	253	29	2	0	1593	83,40
Hutan Sungai Lesan yang lestari akan menjamin keberadaan ikan di sungai	84	243	43	11	1	1544	80,84
Kayu di hutan Sungai Lesan boleh ditebang kapan saja	6	24	65	216	71	824	43,14
Kayu di hutan Sungai Lesan hanya boleh ditebang untuk kebutuhan kampung (bangunan/perahu)	20	170	75	97	20	1219	63,82
Perlunya penegakan hukum agar pemanfaatan hutan Sungai Lesan dapat lebih baik	89	264	27	2	0	1586	83,04
Untuk mempertahankan fungsi hutan Sungai Lesan diperlukan peraturan daerah dan hukum adat	66	284	28	4	0	1558	81,57
Diri saya mempunyai pengetahuan yang cukup tentang peraturan pembukaan hutan untuk kebun kelapa sa	26	158	117	67	14	1261	66,02
Pembukaan hutan Sungai Lesan untuk perkebunan kelapa sawit sebaiknya dihindari	57	233	55	26	11	1445	75,65
Hutan Sungai Lesan memberi manfaat langsung bagi masyarakat sekitar	78	261	42	1	0	1562	81,78
Sikap setelah pendidikan konservasi	69	210	49	43	12	1,427	74,70
Sikap sebelum pendidikan konservasi	28	246	66	37	5	1,402	73,39

Dampak pendidikan konservasi dari aspek konatif (*behavioral*) adalah suatu tahapan ketika seseorang setelah menerima pesan melalui media menjadi

termotivasi untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu (Riswandi, 2009). Perubahan perilaku masyarakat setelah pelaksanaan implementasi disajikan pada Tabel 5.

Aksi atau tindakan nyata yang dilakukan masyarakat untuk mendukung konservasi hutan adalah adanya inisiatif masyarakat untuk melakukan penyusunan tata guna lahan (*land use planning*) di Kampung Sido Bangen dan penyusunan perencanaan partisipatif masyarakat kampung (P3MK) di Kampung Merapun dan Muara Lesan. Proses dan hasil rencana tata ruang wilayah (pemetaan partisipatif) yang masih dalam tahap penyusunan di Sido Bangen telah menghasilkan sket peruntukan lahan kelola masyarakat, dan sedangkan P3MK Merapun dan Muara Lesan menghasilkan dokumen Rencana Strategis Pembangunan Kampung 5-10 Tahun ke Depan.

Tabel 5. Perilaku dalam mendukung konservasi hutan

Perilaku dalam mendukung konservasi hutan	Sebelum		Setelah		Perubahan (%)
	Total	%	Total	%	
Menjaga hutan desa agar tidak rusak	169	44,24	254	66,49	22,25
Membuat kawasan hutan adat yang dikelola bersama	56	14,66	47	12,30	-2,36
Menetapkan kawasan berburu yang dilindungi	28	7,33	18	4,71	-2,62
Menanam pohon di kawasan hutan yang rusak	55	14,40	112	29,32	14,92
Mengajak orang lain untuk terlibat dengan upaya penyelamatan hutan Sungai Lesan	93	24,35	122	31,94	7,59
Mendiskusikan dengan tokoh kampung mengenai upaya perlindungan hutan Sungai Lesan	71	18,59	110	28,80	10,21
Mengembangkan usaha pertanian (sayuran dll)	0	0,00	76	19,90	19,90
Mengembangkan usaha kebun (karet, coklat, dll)	0	0,00	87	22,77	22,77
Berladang menetap/tidak berpindah	2	0,52	47	12,30	11,78
Lainnya	19	4,97	6	1,57	-3,40
Tidak tahu	105	27,49	14	3,66	-23,82
Total responden	382	-	382	-	-

Faktor-Faktor yang Menentukan Efektivitas Media Komunikasi

Pesan dinilai efektif jika pesan tersebut berhasil diterima dan mengubah penerima pesan. Ruben (1992) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi mudah atau tidaknya pesan diterima, salah satunya bergantung pada media serta lingkungan (*the media and the environment*). Media serta lingkungan ini terkait dengan konteks dan pengaturan (*context and setting*), pengulangan (*repetition*), konsistensi (*consistency*), dan persaingan (*competition*).

Pendidikan konservasi melalui kampanye bangga dalam implementasinya menggunakan berbagai media dan kegiatan. Media dan kegiatan ini bekerja secara bersama-sama menyampaikan satu pesan yang berulang-ulang, konsisten, sesuai dengan konteks lokal/masalah lokal, dan isunya bersaing dengan pesan yang lain (misalnya isu politik saat pelaksanaan program). Secara keseluruhan, masyarakat mendapatkan informasi mengenai Kawasan Lindung Sungai Lesan melalui poster (96,3%), stiker (91,4%), lembar informasi (77,2%), panggung boneka (64,7%), sosialisasi dari rumah ke rumah atau dari kantor ke kantor (62,6%), dan lain-lainnya. Media komunikasi yang efektif bagi masyarakat kampung dan kota disajikan pada Tabel 6.

Dari Tabel 6 diketahui bahwa perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat kampung lebih banyak dipengaruhi oleh poster (sebanyak 39,29% di MK I dan 37,27% di MK II). Berbeda halnya dengan MK III (masyarakat kota) perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka dipengaruhi oleh liputan televisi nasional (57,69%). Media komunikasi yang efektif untuk masyarakat kampung umumnya media visual dan bersifat menghibur, sedangkan masyarakat

perkotaan lebih menyukai mendapatkan informasi melalui media massa. Hal ini berkaitan erat dengan tingkat pendidikan masyarakat kota yang umumnya lebih tinggi jika dibandingkan dengan masyarakat kampung dan pilihan media untuk mendapatkan informasi lebih banyak tersedia.

Tabel 6. Media komunikasi yang efektif bagi masyarakat kampung dan kota

Mesin komunikasi	Kelompok masyarakat (%)		
	MK I (n=168)	MK II (n=188)	MK III (n=26)
Poster	39,29	37,23	46,15
Kaos	36,31	10,64	-
Panggung boneka	13,10	10,11	-
Kalender sekolah	12,50	9,04	-
Lagu konservasi (dangdut)	10,12	-	-
Rapat kampung	8,93	-	-
Stiker	-	13,30	-
Lagu anak-anak	-	8,51	-
Liputan televisi nasional	-	-	57,69
Dialog interaktif	-	-	15,38
Media cetak	-	-	15,38
Lembar informasi	-	-	15,38
Kemah konservasi	-	-	11,54

Keterangan: Setiap responden memilih dua media komunikasi yang efektif. MK I= Masyarakat kampung yang berbatasan langsung dengan kawasan; MK II= Masyarakat kampung yang tidak berbatasan langsung dengan kawasan; MK III= Masyarakat perkotaan yang jauh dari kawasan

Pengembangan media komunikasi berdasarkan preferensi masyarakat untuk pendidikan konservasi diketahui lebih efektif menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media komunikasi dikatakan efektif jika media tersebut menarik perhatian masyarakat, dan isi pesannya dapat diketahui, dipahami, dan mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan yang dapat mendukung konservasi sumber daya hutan. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media dari aspek masyarakat sebagai penerima pesan, karakteristik media, serta strategi distribusi/implementasi media/kegiatan (RARE, 2007b; Moffitt, 1999; Ruben, 1992; Sapanayong, 2006; Soemanagara, 2008; Riswandi, 2009; Wiryanto, 2004; Weinreich, 1999) adalah sebagai berikut.

1. Poster

a. Ilustrasi

Poster terdiri dari gambar orang utan yang sedang menggendong anaknya sehingga dengan melihat gambar saja dapat diasosiasikan dengan hutan, manfaat hutan bagi kehidupan sekarang dan masa depan (kehidupan anak cucu). Selain itu, orang utan adalah “*icon*” kebanggaan masyarakat (pascaimplementasi orang utan dipilih 63,6% sebagai maskot) dan “*asset*” yang unik bagi Kabupaten Berau.

b. Slogan

Sedangkan “kawasan lindung sungai lesan untuk anak cucu kita” jelas terbaca dan pesan yang lain pun singkat dan padat (mengandung pengetahuan dan ajakan untuk mendukung dan melakukan aksi konservasi).

c. Desain

Desain poster sederhana dengan warna-warna dominan hijau dan coklat. Desain poster awalnya dirancang 6 buah desain, kemudian diujicobakan kepada masyarakat untuk mendapatkan masukan sehingga diperoleh desain yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

- d. Strategi distribusi
Strategi distribusi kepada masyarakat dilakukan dengan cara dijadikan media peraga atau komunikasi, sebelum masyarakat diminta untuk memasang poster, makna/isi dan tujuan poster itu dijelaskan.
2. Kalender Sekolah 2009
 - a. Kedekatan dan kepemilikan
Gambar-gambar di dalam kalender adalah hasil karya dan foto-foto anak-anak lokal saat kunjungan sekolah.
 - b. Desain
Desain sederhana dan mengandung warna-warna alami.
 - c. Strategy distribusi
Kalender didistribusikan kepada masyarakat dengan cara dijadikan media pengumuman pemenang lomba gambar yang diselenggarakan saat implementasi pendidikan konservasi.
 - d. Kelekatan dan pengulangan pesan
Media ini merupakan pengulangan pesan yang telah disampaikan sejak awal tahun 2008 sehingga sudah melekat (*stick*) atau tidak asing lagi bagi masyarakat.
3. Panggung Boneka
 - a. Bersifat menghibur
Panggung boneka walaupun target utamanya adalah anak-anak, ternyata bagi orang dewasa di kampung menjadi media hiburan yang menarik.
 - b. Kepemilikan
Cerita panggung boneka dibuat oleh guru-guru lokal dan dimainkan oleh anak-anak lokal sehingga kepemilikan terhadap cerita telah terbangun.
 - c. Kekuatan cerita
Cerita panggung boneka adalah cerita mengenai isu atau permasalahan sehari-hari yang dihadapi oleh masyarakat sehingga pesan moralnya akan lebih mudah ditangkap masyarakat.
4. Lagu Konservasi
 - a. Kepemilikan
Kepemilikan lagu konservasi diciptakan dan dinyanyikan oleh guru lokal sehingga kepemilikan terhadap lagu telah terbangun.
 - b. Musik kesukaan masyarakat
Musik kesukaan masyarakat di kampung adalah lagu dangdut sehingga akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan selera musiknya.
 - c. Irama dan lirik
Irama dan lirik singkat dan padat sehingga mudah dipelajari dan dihapalkan oleh masyarakat.
 - d. Bersifat menghibur
Lagu dengan karakternya yang menghibur akan lebih mudah diterima oleh siapa pun (universal) tanpa merasa dihakimi atau diancam untuk melakukan sesuatu.
5. Rapat/pertemuan kampung
 - a. Ruang berinteraksi
Masyarakat kampung umumnya lebih memiliki interaksi yang kuat antara satu dengan yang lain sehingga pertemuan kampung (media komunikasi kelompok) adalah salah satu media untuk berinteraksi.

- b. Media terpercaya
Keputusan dan informasi penting apa pun terkait kampung akan didiskusikan, diputuskan, dan disampaikan melalui rapat kampung.
6. Kaos
 - a. Manfaat
Kaos dapat dipakai oleh masyarakat dalam kesempatan tertentu dan dalam waktu yang relatif lama.
 - b. Eksklusif
Kaos hanya dibagikan kepada orang-orang tertentu sehingga ada kebanggaan tersendiri jika mendapatkan kaos ini di kampung. Selain itu, jarang ada kaos yang memiliki desain khusus terkait dengan isu konservasi.
 - c. Tokoh masyarakat sebagai “iklan berjalan”
Tokoh masyarakat yang dipercaya akan menyampaikan pesan secara langsung dalam bentuk pesan pendek dan gambar maskot yang ditonjolkan.
7. Liputan Televisi Nasional (Program Si Bolang-Trans 7 dan Teropong-Indosiar)
 - a. Kelekatan
Liputan adalah mengenai kehidupan masyarakat lokal, secara alami masyarakat akan merasa senang jika dapat menyaksikan kampung atau alam sekitar yang diliput dikenal dengan baik.
 - b. Menghibur
Siaran televisi nasional biasanya dapat ditangkap oleh masyarakat di perkampungan di Kecamatan Kelay dan kota Tanjung Redeb sehingga menjadi tontonan menarik walaupun tidak disaksikan secara langsung saat jam penayangan.
8. Dialog interaktif di RSPD
 - a. Kepemilikan dan jangkauan
Radio siaran pemerintah daerah (RSPD) Berau telah berumur dan dikenal masyarakat, jangkauannya mencakup Kota Tanjung Redeb dan sekitarnya.
 - b. Program baru
Program baru yang khusus membahas isu lingkungan dan konservasi sumber daya hutan.
9. Media cetak (koran)
 - a. Kelekatan
Berita apapun mengenai informasi pembangunan daerah dan kejadian menarik yang terjadi akan disampaikan melalui koran lokal.
 - b. Media *update*
Setiap orang perlu informasi baru untuk mengetahui kejadian atau informasi apapun yang terbaru.
10. Lembar informasi
 - a. Desain dan isi
Desain isi informatif, padat, dan singkat sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang berpendidikan tinggi.
 - b. Proses penyusunan
Rancangan media disusun dengan mendapatkan masukan dan diujicobakan kepada masyarakat lokal.

- c. Pengulangan pesan dan detail informasi dari media-media komunikasi yang lain.
11. Kemah konservasi/kemah pelajar
- a. Menghibur
Acara dirancang dalam bentuk permainan, jalan-jalan, dan berbagai kegiatan yang menghibur.
 - b. Media berinteraksi dengan hutan
Sebelumnya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan hanya mengenal kawasan dari media komunikasi yang mereka dapatkan sebelumnya di sekolah atau kampus.

Media komunikasi yang efektif untuk pendidikan konservasi adalah media komunikasi yang dirancang dengan melibatkan masyarakat (*target audiens*). Media komunikasi berdasarkan preferensi masyarakat memiliki hubungan psikologis, kelekatan serta menimbulkan rasa bangga dan memiliki masyarakat. Saat diimplementasikan media tersebut akan memiliki dampak yang lebih besar untuk mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap konservasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- (1) Media yang efektif untuk pendidikan konservasi adalah media yang dirancang berdasarkan preferensi masyarakat, diujicobakan dan diimplementasikan dengan melibatkan masyarakat. Terdapat perbedaan preferensi media antara masyarakat kota dan kampung, yakni sebagai berikut.
 - (a) Media preferensi masyarakat kampung dengan tingkat pendidikan rendah adalah media yang bersifat visual dan menghibur (seperti poster, kalender, kaos, stiker, dan lagu konservasi) serta media komunikasi kelompok (misalnya rapat kampung dan panggung boneka).
 - (b) Media preferensi masyarakat perkotaan dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi adalah media massa seperti televisi, radio, dan koran. Media lainnya adalah media cetak (lembar informasi, poster) serta media informasi berupa kunjungan langsung ke lapangan (seperti kemah konservasi).
- (2) Karakteristik media yang efektif bagi masyarakat adalah media yang memiliki ilustrasi dan desain yang sederhana dengan tampilan pesan yang singkat, disertai maskot dan pesan yang kuat, bersifat menghibur, eksklusif, ada kedekatan isi pesan dengan masyarakat target/sasaran, serta disampaikan berulang-ulang.
- (3) Strategi distribusi media yang efektif adalah disertai penjelasan, disampaikan pada waktu dan tempat yang tepat (disesuaikan dengan kegiatan harian, bulanan, atau tahunan masyarakat), serta melibatkan masyarakat dalam distribusi atau implementasinya.
- (4) Program pendidikan konservasi dengan menggunakan media sesuai preferensi masyarakat telah berhasil meningkatkan pengetahuan

masyarakat mengenai status hutan di Kawasan Lindung Sungai Lesan sebesar 60,73% (dari 3,4% menjadi 64,14%) dan menurunkan ketidaktahuan masyarakat mengenai pengelolaannya sebesar 52,09% (dari 69,63% menjadi 17,54%).

- (5) Sikap masyarakat terhadap penetapan kawasan hutan di Sungai Lesan menjadi kawasan lindung meningkat sebesar 22,51% (dari 68,59% menjadi 91,1%), dukungan terhadap konservasi sumber daya hutan semakin kuat/tinggi (dari 90,78 menjadi 94,08%), dan dukungan terhadap pemanfaatan hutan yang berkelanjutan tetap kuat (dari 73,39% menjadi 74,70%).
- (6) Dampak perubahan perilaku masyarakat setelah dilakukan pendidikan konservasi ditunjukkan dengan adanya inisiatif dari pemerintah kampung dan masyarakat untuk melakukan penyusunan tata guna lahan (*land use planning*) di kampung Sido Bangen dan penyusunan perencanaan partisipatif masyarakat kampung (P3MK) atau rencana pembangunan jangka menengah pembangunan kampung (RPJPK) di Kampung Merapun dan Muara Lesan.

Saran

- (1) Dalam merencanakan dan mengimplementasikan program pendidikan konservasi pastikan melibatkan masyarakat dan menggunakan metode riset yang terstruktur untuk mengetahui pesan dan media komunikasi yang efektif.
- (2) Media komunikasi yang efektif sebaiknya dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat target, diujicobakan dan melibatkan masyarakat dalam implementasinya, serta mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki.
- (3) Media komunikasi untuk pendidikan konservasi tidak bekerja sendiri sehingga dalam implementasinya sebaiknya dipadukan dan disampaikan berulang-ulang sampai sasaran mencapai perubahan kesadaran, sikap, keterampilan, serta mengambil tindakan untuk mendukung konservasi.
- (4) Keberhasilan penelitian sosial sangat dipengaruhi oleh komunikasi/sikap peneliti sendiri sehingga peneliti sosial yang bergerak dan mendorong konservasi sebaiknya memiliki komunikasi/sikap yang baik agar mudah diterima oleh masyarakat.
- (5) Perlu penelitian lanjutan mengenai media komunikasi untuk pendidikan konservasi dengan membedakan secara khusus kelompok sasaran berdasarkan kelompok umur, kelompok sosial budaya, dan jenis kelamin di lokasi lain agar strategi komunikasi penjangkauan masyarakat untuk pendidikan konservasi dapat diketahui dan dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Balai Pusat Statistik. 2007. *Kabupaten Berau dalam Angka*. Tanjung Redeb: Balai Pusat Statistik.
- Kriyantono R. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi*

Pemasaran, Edisi Pertama Cetakan Ketiga. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kushardanto H. 2007. Modul VI: Sosial marketing. Bogor: RARE.

Moffitt MA. 1999. *Campaign Strategies and Message Design: A Practitioner's Guide from Start to Finish*. Westport, Connecticut: Praeger Publisher.

[PEMDA Berau] Pemerintah Daerah Kabupaten Berau. 2005. Usulan Pengelolaan Kawasan Konservasi Habitat Orang utan di Hutan Lindung Sungai Lesan. Tanjung Redeb: Pemerintah Daerah Kabupaten Berau.

RARE. 2007a. Panduan Metodologi Survei dan Wawancara Pribadi untuk Kajian Rasa Bangsa. Bogor: RARE.

RARE. 2007b. Panduan Pelaksanaan Lapangan Kampanye Bangsa. Bogor: RARE.

Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ruben BD. 1992. *Communication and Human Behavior, 3rd Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Safanayong Y. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Soemanagara Rd. 2008. *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

Smith RD. 2005. *Strategic planning for public relations, 2nd edition*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Spencer LJ. 1989. *Winning Through Participation*. Boulevard, USA: Kendall/Hunt Publishing Company.

Weinreich NK. 1999. *Hand-on Social Marketing: a Step by Step Guide*. London and New Delhi: SAGE Publications, Inc.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo (Gramedia Widiasarana Indonesia).