

## KAMPANYE KOMUNIKASI JARINGAN KERJA PENYELAMAT HUTAN RIAU DALAM PENYELAMATAN HUTAN RIAU PASCA KEBAKARAN HUTAN DAN LAHAN

<sup>1</sup>Reno Nanda Pratama, <sup>2</sup>Atjih Sukaesih

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: [rhyonplays9111@gmail.com](mailto:rhyonplays9111@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kampanye yang dilakukan oleh Jaringan Kerja Penyelamat Hutan Riau (JIKALAHARI) untuk melakukan penyelamatan hutan beserta segala komponennya pasca kebakaran hutan dan lahan tahun 2015. Teori yang penulis gunakan adalah teori kampanye model Leon Ostergaard yang mempunyai 3 tahapan untuk mendapatkan hasil kampanye, yakni. *Pra kampanye*, (*identification of problem*), *kampanye* (*campaign content, public segmentation*), *pasca kampanye* (*evaluated*), untuk mencari hasil yang mempengaruhi *knowledge, attitudes, skills* dan *behavior*. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi serta observasi partisipasi total. Hasil penelitian adalah jikalauhari menggunakan analisis politik, fakta lapangan dalam menjalankan kampanye penyelamatan hutan. Aksi konfrontasi pada pihak berwenang dilakukan secara langsung jika tuntutan tidak dihiraukan.

**Kata kunci:** Jikalauhari, Kampanye, Kebakaran Hutan dan Lahan

### Pendahuluan

Provinsi Riau mempunyai luas wilayah kurang lebih 8,7 juta hektar. Dimana 7,1 hektar berupa hutan dan 3,9 hektarnya adalah lahan gambut. Melalui pantauan citra satelit Landsat 8, pada tahun 2015 lalu tutupan hutan tersisa sekira 1,644,862,00 Ha. Massifnya angka deforestasi di Riau dikarenakan beberapa faktor, seperti pembalakan liar, pembukaan lahan oleh korporasi dalam skala luas, serta kebakaran.

Terbakarnya hutan dan lahan di Riau telah menjadi agenda tahunan, setiap tahun kebakaran hutan dan lahan selalu terjadi. Kabut asap adalah dampak paling nyata yang menjadi sorotan dunia internasional. Puncak terburuk kebakaran hutan dan lahan di Provinsi Riau terjadi pada tahun 2015. Korporasi yang datang membawa dua jenis tumbuhan, yaitu akasia (untuk kebutuhan bubur kertas) dan sawit (untuk kebutuhan CPO). Penanaman tumbuhan ini diprakarsai oleh dua korporasi raksasa yaitu RAPP yang merupakan bagian dari APRIL Group dan IKPP yang merupakan bagian dari Sinar Mas Group.

Pada kebakaran tahun 2015 di Provinsi Riau terdapat lebih dari 97.139 warga korban polusi kabut asap yang menderita infeksi saluran pernafasan akut (ISPA), 81.514 orang menderita pneumonia, 1.305 orang menderita asma 3.744 orang menderita iritasi mata dan iritasi kulit 5.899 orang. Bandara tutup hampir dua bulan, sekolah libur serta warga mengungsi. Saat dilakukan penyelidikan kasus kebakaran hutan dan lahan, Presiden Joko Widodo menginstruksikan penegakan hukum tidak hanya menyasar rakyat biasa tapi perusahaan yang terlibat pembakaran juga harus ditindak secara tegas. Para menteri diperintahkan bertindak tegas dan tidak ragu melakukan peninjauan dan pencabutan izin konsesi bagi perusahaan pembakar lahan.

Pada 2015, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencabut tiga izin perusahaan, 16 perusahaan dibekukan izin dan sanksi administrasi empat perusahaan. Sementara 14 perusahaan lainnya dalam tahap penyusunan sanksi administrasi, pengawasan 19

perusahaan. Total ada 56 perusahaan disanksi, tetapi hingga awal januari 2016, hanya 23 perusahaan yang diberi sanksi pencabutan izin. Dan masih banyak Kasus kejahatan lingkungan yang dilakukan baik oleh korporasi dan perorangan tidak terselesaikan dengan baik oleh aparat penegak hukum.

Menurut rilis Bank Dunia, Sepanjang Juni-Oktober 2015, luas kebakaran hutan dan lahan di Provinsi Riau seluas 139.000 Ha, dengan kerugian Rp 19 triliun, dua kali lipat APBD Provinsi Riau. Dari sekian banyak masalah lingkungan yang terjadi di provinsi Riau, pada 26 Februari 2002 sebanyak 30 organisasi penyelamatan dan pecinta lingkungan di Riau bersepakat untuk melakukan usaha-usaha penyelamatan hutan Riau. Mereka bersepakat perlu adanya suatu visi bersama tentang hutan Riau. Maka untuk mewujudkan komitmen itu, disepakati adanya suatu jaringan yang diberi nama Jaringan Kerja Penyelamat Hutan Riau (Jikalahari).

Dalam kampanye yang dilakukannya Jikalahari dalam satu dekade terakhir masalah yang selalu disorot secara internasional di Provinsi Riau adalah kebakaran hutan dan lahan, yang mencapai puncaknya pada 2015 lalu. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti kampanye yang dilakukan Jikalahari, mengingat selama ini belum banyak yang mahasiswa Public Relations melakukan penelitian tentang kampanye.

## Metode

Pada penelitian ini penulis metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih menekankan kepada interpretasi dari peneliti berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

## Hasil dan Pembahasan

Dalam tahap pra kampanye yang dilakukan Jikalahari sebelum memulai rancangan program kerja dan kampanye adalah dengan identifikasi masalah yang telah dan akan terjadi, dalam tahap pra kampanye Jikalahari biasanya melakukan riset-riset investigasi di lapangan serta riset mengenai kebijakan pemerintah. Berikut adalah penjabaran yang Jikalahari lakukan dalam tahap pra-kampanye, yakni: (1) Titik panas, Bagian dari validasi data riset Jikalahari dalam melihat skema kebakaran hutan dan lahan adalah dengan melakukan pemeriksaan titik panas (*hot spot*) melalui satelit. Tim kampanye Jikalahari akan bekerjasama dengan staff GIS (*geographic information system*) untuk memetakan dimana area apa titik api muncul. Apakah di areal perusahaan atau di areal hutan lindung. Setelah citra titik api didapatkan dari satelit kemudian akan dibentuk tim investigasi yang akan turun ke lapangan untuk memastikan ada tidaknya titik panas di areal tersebut.

### a. Hutan Alam Tersisa

Jikalahari memantau tutupan hutan yang tersisa di Provinsi Riau untuk melihat sisa hutan yang masih tersisa karena sepanjang 20 tahun terakhir Riau telah kehilangan tutupan hutan seluas 3,3 juta hektar. Kehilangan ini berkaitan erat dengan maraknya investasi sektor kehutanan dan perkebunan yang mulai marak ditahun 1980 an. Hingga saat ini sektor kehutanan di Riau membutuhkan 23,5 juta meter kubik setiap tahunnya. pemantauan ini dilakukan untuk melihat perubahan lanskap untuk mengetahui perubahan penggunaan lahan.

### b. Analisis Fakta Lapangan

Analisis fakta lapangan dilakukan untuk memastikan keakuratan data yang didapat melalui kajian kebijakan dan pemantauan titik panas. Analisis dilakukan dengan menentukan

orang-orang yang kompeten untuk turun lapangan. Tim yang dipersiapkan disyaratkan memiliki pemahaman tentang prinsip kerja investigator.

b. Analisis Hukum

Analisis hukum dilakukan Jikalauhari untuk mengkaji setiap hukum yang akan bersinggungan dalam lingkup kerja Jikalauhari. Dalam kasus penghentian SP3 15 perusahaan yang terbakar pada 2015 misalnya, dilihat dari segi hukum formal, penghentian penyidikan tidak termasuk kategori *nebis in idem*. Sebab penghentian penyidikan bukan termasuk ruang lingkup putusan pengadilan. SP3 tersebut masih bertaraf kebijaksanaan yang diambil pada taraf penyidikan, sehingga yang melekat pada tindakan penghentian penyidikan hanya terbatas pada cacat tidak terpenuhi syarat formal.

## 2. Kampanye

Kampanye yang dilakukan oleh Jikalauhari adalah *ideologically or cause oriented campaigns* yang merupakan jenis kampanye berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial. Karena itu jenis kampanye ini disebut juga dengan istilah *sosial change campaigns*. Namun sasaran utamanya adalah bukan masyarakat awam melainkan korporasi *Pulp and Paper* serta perkebunan kelapa sawit berskala luas.

a. Konten Kampanye

Pesan yang dirancang dalam kampanye Jikalauhari adalah pesan persuasif dalam mengajak publik untuk mendukung upaya penyelamatan hutan Riau. Ada beberapa pokok besar pesan Jikalauhari yang di kampanyekan yaitu, Penghentian deforestasi, penghentian pembakaran lahan, pelanggaran hukum oleh perusahaan sawit dan HTI, fokus pemberian perizinan pada perusahaan, lingkaran korupsi di sektor kehutanan, penegakan hukum, kejahatan lingkungan yang dilakukan korporasi, pemodal korporasi.

b. Segmentasi Khalayak

Segmentasi khalayak dilakukan untuk memetakan konstruksi pesan yang sesuai yang sesuai dengan karakter publik kampanye. Dalam kampanyenya Jikalauhari memetakan 3 segmentasi khalayak kampanye, yaitu: *Lokal*, segmentasi public lokal adalah masyarakat Provinsi Riau yang biasanya terkena dampak dari kebakaran hutan dan lahan yaitu kabut asap. Sebagai salah satu strategi mencuri perhatian publik Riau, Jikalauhari sering bekerjasama dengan LAM Riau sebagai mitra kerja dalam diskusi maupun seminar yang berkaitan dengan kondisi sosial masyarakat provinsi riau. Datuk Seri Al-Azhar adalah yang paling sering tampil diruang publik dengan Jikalauhari dalam banyak kegiatan. *Nasional*, Dalam segmentasi kampanye publik secara nasional konstruksi pesan tidak banyak berubah dari skala lokal. Hanya penggalangan opini publik skala nasional *Internasional*, dalam segmentasi secara internasional, Jikalauhari menasar *aware public* dan *active public*. karena ruang lingkup yang terlalu luas, dana yang terbatas dan media internasional yang terbatas.

c. Pelaku Kampanye

Pelaku kampanye penyelamatan hutan Riau pada dasarnya adalah setiap anggota yang tergabung dalam jaringan Jikalauhari. Namun sebagai aktor utama kampanye yang ditugaskan menjadi wajah dari Jikalauhari berdasarkan aturan kelembagaan adalah “koordinator dan wakil koordinator”.

d. Saluran kampanye

Hampir semua media digunakan Jikalauhari untuk kampanye penyelamatan hutan Riau, karena Jikalauhari merupakan jaringan berbagai macam LSM. Namun media utama yang digunakan Jikalauhari adalah media massa. Di provinsi Riau, Jikalauhari menargetkan dua media cetak terbesar yaitu Riau Pos dan Tribun Pekanbaru. Sedangkan untuk media online Jikalauhari biasanya mengirim release. Sedangkan untuk media Nasional jikalauhari membangun komunikasi dengan kontributor daerah dari media nasional.

e. Pelaksanaan kampanye

Pelaksanaan kampanye merupakan tahap aksi setelah perencanaan panjang dan analisis keadaan dilakukan. Dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan Jikalahari tidak kaku dan terpaku pada teori namun tetap berpegang pada situasi dan kondisi lapangan. Beberapa aksi langsung jikalahari dalam kampanyenya yaitu, aksi koreksi pemerintah, Perbaikan Rencana Tata Ruang dan Wilayah Provinsi Riau (RTRW), investigasi holding zone, Revitalisasi Ekosistem Tesso Nillo (RETN), ruang ekonomi masyarakat gambut, siak hijau, demonstrasi, petisi, kampanye sosial media, kampanye internasional.

### 3. Evaluasi

Jikalahari mempunyai beberapa tahap evaluasi yang diatur berdasarkan jenjang waktu tertentu. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat efektivitas kampanye secara keseluruhan, dampak dari kampanye yang sudah dilakukan, serta rencana aksi lanjutan untuk kampanye kedepan.

a) Raba (Rapat Berkala Anggota)

Rapat berkala anggota adalah forum pengambilan keputusan yang diadakan setiap tiga bulan untuk: pembahasan isu di Riau, melakukan monitoring, melakukan pengesahan dan pemberhentian. Rapat ini harus dihadiri oleh komponen Jikalahari.

b) Rata (Rapat Tahunan Anggota)

Rata adalah rapat yang dilaksanakan setahun sekali untuk mengevaluasi kegiatan seluruh komponen Jikalahari selama satu tahun. Melakukan rekomendasi Jikalahari, serta mengevaluasi dan melihat pelaksanaan hasil dari RABA.

c) Rasa (Rapat Besar Anggota)

Rasa adalah forum terbesar dalam evaluasi yang dilakukan Jikalahari. Dalam rasa yang dilaksanakan dalam 3 tahun sekali juga merupakan event penggantian kepengurusan Jikalahari, selain evaluasi dari program jangka panjang 3 tahun. Disini lembaga anggota akan menerima atau menolak pertanggungjawaban dari Jikalahari. Pengesahan pengurus baru dan perencanaan langkah Jikalahari dalam program jangka panjang kedepan.

### Simpulan

Berdasarkan pemaparan diatas disimpulkan Jikalahari melakukan analisis data, riset informasi, hukum dan lapangan untuk melihat realita kerusakan hutan yang disebabkan oleh berbagai korporasi besar, Jikalahari mengolah hasil riset dan temuan lapangan untuk kemudian didistribusikan melalui media massa kepada masyarakat luas. Khalayak Jikalahari melingkupi masyarakat lokal, nasional dan internasional. Evaluasi dilakukan dalam jangka waktu berkala untuk melihat efektivitas kampanye yang sudah dilakukan.

### Referensi

- Arief, Arifin. 2001. Hutan Dan Kehutanan. Jogjakarta: Penerbit Kanisius
- Bungin, Burhan. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied, 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied, 2016. Komunikasi Politik, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2016. Metode Penelitian Kualitatif, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- G.Flor, Alexander dan Hafied Cangara. 2018. Komunikasi Lingkungan, Penanganan kasus-kasus lingkungan melalui strategi Komunikasi, Jakarta: Prenada Media Group.
- Hadari, Nawawi, 2011. Metode Penelitian Sosial, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Indriyanto. 2017, Ekologi Hutan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jikalahari. 2016, 14 Tahun Melawan Monopoli Penguasa Hutan Dan Lahan, Pekanbaru

- Kriyantono Rachmat, 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Nawawi, Hadari, 2011. Metode Penelitian Sosial, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Perss.
- Rasyid, Muslim, Dkk, 2015. Robohnja Sumatera Kami, Tutur Lirih Warga Krisis Kehidupan Di Sekujur Pulau Sumtera. The Samdhana Institute
- Roslan, Rosady, 2008. Kampanye Public Relations. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin, Manajemen Kampanye, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012
- Rachmat, Jalaludin, Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005
- Soyomukti Nurani, 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jogjakarta: Ar Ruzz Media.
- Subagyo Joko, 2011. Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktis, Jakarta:
- Noor, Muhammad. 2010, Lahan Gambut, Pengembangan, Konservasi Dan Perubahan Ikllim. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press
- Moelong, Lexy J. 2017, Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Venus Antar. 2012. Manajemen Kampanye. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Alodia Libertane Chandra, Strategi Kampanye Breast Cancer Awareness Month, Jurnal E Komunikasi, Volume 2 No 1 Tahun 2014
- Indah Tri Misnawati, Strategi Komunikasi Pada Kampanye Orang Utan Oleh Lsm Centre For Orang Utan Protection (Cop) Di Samarinda Kalimantan Timur, E Journal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 4, 2013: 135-149
- Sopian, Pengaruh Kampanye Negatif Dalam Pemilukada Tangerang Selatan 2011, E Journal