

PERAN MEDIA FILM SEBAGAI MEDIA KAMPANYE LINGKUNGAN HIDUP

Studi Kasus Pada Film Animasi 3D India “Delhi Safari”

Ita Suryani

Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta

Email: ita.its@bsi.ac.id

ABSTRACT

Environment Issues in Indonesia today include illegal logging; water pollution from industri a land mining waste; air pollution in urban areas; smoke and haze from forest fires; permanent forest fire; encroachment of nature reserves/ wildlife reserves; poaching, trade and the eradication of wild animals are protected; and the destruction of coral reefs. Counter measures related environment problem can be done in various ways, one of which can be done by utilizing the medium of film is a 3D animation of India film "Delhi Safari". The method used for this research is the case study method is a research method that uses a variety of data sources that can be used to examine, comprehensive describe and explain the various aspects of individual, group, program, organization or event systematically. The conclusion shows that the 3D animated of India film "Delhi Safari" produced by Crayons Picture is used as a medium for environment campaigns for environment issues used as a tool/medium in shaping the consciousness of humanity and as the real form of prevention of global warming to the sustainability of the earth.

Keyword : film, environment campaigns

ABSTRAK

Masalah Lingkungan hidup di Indonesia saat ini antara lain penebangan hutan secara liar; polusi air dari limbah industri dan pertambangan; polusi udara di daerah perkotaan; asap dan kabut dari kebakaran hutan; perambahan suaka alam/suaka margasatwa; perburuan liar, perdagangan dan pembasmian hewan liar yang dilindungi; serta penghancuran terumbu karang. Penanggulangan terkait masalah lingkungan hidup dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dapat dilakukan dengan memanfaatkan media film yaitu film animasi 3D India “Delhi Safari”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Kesimpulan menunjukkan bahwa Film animasi 3D India “Delhi Safari” yang diproduksi oleh Crayon Picture dipergunakan sebagai media kampanye lingkungan hidup karena isu lingkungan dijadikan sebagai alat/media dalam membentuk kesadaran kemanusiaan dan sebagai bentuk riil pencegahan global warming untuk keberlangsungan bumi.

Kata Kunci : film, kampanye lingkungan hidup

PENDAHULUAN

Lingkungan hidup, sering disebut sebagai lingkungan, adalah istilah yang dapat mencakup segala makhluk hidup dan tak hidup di alam yang ada di Bumi atau bagian dari Bumi, yang berfungsi secara alami tanpa campur tangan manusia yang berlebihan. Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 1997, lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Sedangkan ruang lingkup lingkungan hidup Indonesia meliputi ruang, tempat Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berwawasan Nusantara dalam melaksanakan kedaulatan, hak berdaulat, dan yurisdiksinya.

Dalam lingkungan hidup terdapat ekosistem, yaitu tatanan unsur lingkungan hidup yang merupakan kesatuan utuh menyeluruh dan saling mempengaruhi dalam membentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan hidup.

Merujuk pada definisi di atas, maka lingkungan hidup Indonesia tidak lain merupakan Wawasan Nusantara, yang menempati posisi silang antara dua benua dan dua samudera dengan iklim tropis dan cuaca serta musim yang memberikan kondisi alamiah dan kedudukan dengan peranan strategis yang tinggi nilainya, tempat bangsa Indonesia menyelenggarakan kehidupan bernegara dalam segala aspeknya.

Masalah Lingkungan hidup di Indonesia saat ini: penebangan hutan secara liar/pembalakan hutan; polusi air dari limbah industri dan pertambangan; polusi udara di daerah perkotaan (Jakarta merupakan kota dengan udara paling kotor ke 3 di dunia); asap dan kabut dari kebakaran hutan; kebakaran hutan permanen/tidak dapat dipadamkan; perambahan suaka alam/suaka

margasatwa; perburuan liar, perdagangan dan pembasmian hewan liar yang dilindungi; penghancuran terumbu karang; pembuangan sampah B3/radioaktif dari negara maju; pembuangan sampah tanpa pemisahan/pengolahan; semburan lumpur liar di Sidoarjo, Jawa Timur; hujan asam yang merupakan akibat dari polusi udara.

Penanggulangan terkait masalah lingkungan hidup dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dapat dilakukan dengan memanfaatkan media film. Film merupakan media penyampai pesan dan alat komunikasi massa. Pernyataan ini acap terdengar bila kita masuk dalam kajian perfilman. Film, dan media pada umumnya, dapat menjadi alat propaganda yang ampuh. Bahkan Undang-Undang Film Tahun 2009 Indonesia menyebut film sebagai "...karya seni budaya memiliki peran strategis dalam peningkatan ketahanan budaya bangsa dan kesejahteraan masyarakat lahir batin untuk memperkuat ketahanan nasional" dan "film sebagai media komunikasi massa merupakan sarana pencerdasan kehidupan bangsa, pengembangan potensi diri, pembinaan akhlak mulia, pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia di dunia internasional".

Dalam kehidupan sehari-hari kita sudah tidak asing dengan kehadiran film. Dengan kemajuan teknologi dan perkembangan sosial budaya di negara kita saat ini, menonton film merupakan aktivitas yang dapat dilakukan oleh seluruh kalangan. Film yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gambar hidup yang pada awalnya penggunaan istilah film ini diawali oleh fakta bahwa *photographic* film (juga dikenal dengan istilah *film stock*) dalam sejarah merupakan media utama untuk merekam dan menampilkan gambar bergerak. Saat ini film telah mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang ada. Film memiliki berbagai peran, selain sebagai sarana hiburan, film juga dapat berfungsi sebagai

media pembelajaranyaitu sebagai media kampanye perubahan sosial.

Kampanye perubahan sosial bukanlah suatu hal yang baru. Sejak dari abad ke-17 hal tersebut sudah banyak dilakukan oleh beberapa negara di dunia. Pada masa sekarang, kampanye perubahan sosial banyak difokuskan pada kegiatan reformasi kesehatan (misalnya: anti rokok, peningkatan nutrisi, pencegahan penyalahgunaan narkoba), reformasi lingkungan hidup (misalnya: kampanye air bersih, pencegahan polusi udara, pelestarian hutan), reformasi pendidikan (meningkatkan sarana sekolah negeri, peningkatan keahlian pada guru, peningkatan nilai siswa, dan sebagainya), dan reformasi ekonomi (menarik investor asing, peningkatan ketrampilan kerja dan pelatihan, dan sebagainya) (Kotler, 1989).

Berdasarkan alasan tersebut, penulis tertarik membahas mengenai Peran Media Film Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup melalui Film animasi 3D India “Delhi Safari”. Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam mengangkat tema ini adalah ingin memperoleh gambaran mengenai bagaimana peran media film “Delhi Safari” sebagai media kampanye lingkungan hidup.

KERANGKA PEMIKIRAN

Teori Film

Proses komunikasi massa pada intinya ialah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Teori komunikasi massa merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas, yang identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusional. Pesan merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, hubungan pengirim dan penerima lebih banyak satu arah (Denis McQuail, 2008:33). Film merupakan salah satu dari media massa, film berperan sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk penyebaran hiburan,

menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat.

Karakteristik film sebagai usaha bisnis pertunjukan dalam pasar sebenarnya belum mampu mencakup segenap permasalahannya. Dalam sejarahnya film mempunyai tiga elemen besar diantaranya:

1. Pemanfaatan film sebagai alat propaganda. Film ialah sebagai upaya pencapaian tujuan nasional dan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pandangan yang menilai bahwa film memiliki jangkauan, realism, pengaruh emosional, dan popularitas. Bauran pengembangan unsur pesan dengan hiburan sebenarnya sudah lama diterapkan dalam kesusastraan dan drama (teater) namun unsur film jauh lebih sempurna dibandingkan dengan teater dari segi jangkauan penontontanpa harus kehilangan kredibilitasnya.
2. Munculnya beberapa aliran film diantaranya drama, dokumenter, dokudrama dan lain-lain.
3. Memunculkan aliran dokumentasi sosial. Di samping itu, terdapat unsur-unsur ideologi dan propaganda yang terselubung dalam suatu film yang berasal dari fenomena yang tampaknya tidak tergantung pada ada atau tidaknya kebebasan masyarakat. Fenomena ini berakar dari keinginan untuk merefleksikan kondisi masyarakat.

Adapun media film terdiri dari berbagai unsur di dalamnya, unsur-unsur tersebut seperti:

1. Bentuk, konsep ini berlandaskan pada cara media film membentuk produk-produk genre (jenis berdasarkan tema dan ceritanya). Selain itu juga film berpegang pada cara konstruksi berbagai kualitas seperti realism.
2. Narasi, konsep ini menempatkan diri pada aspek bentuk yang berkaitan dengan konstruksi cerita dan drama

atau proses dramatisir. Narasi membentuk makna yang ada dalam suatu konflik yang dibangun atas tokoh-tokoh dan penokohan (perwatakan), adanya deprivasi sosial suatu rangkaian atau jalinan alur cerita dengan berbagai konflik yang menuju klimaks tanpa adanya pencopotan atas konflik yang terjadi.

3. Teks, konsep teks berhaluan pada semua produk media yang menenpatkan diri seakan-akan semua produk yang ada dalam frame kamera adalah sebuah buku yang sedang dibaca untuk dicari makna-maknanya.
4. Genre, genre termasuk konsep yang mengacu pada fakta atas sebagian besar produksi media film yang terbagi ke dalam berbagai kategori atau tipenya.
5. Representasi, konsep media film untuk menunjukkan presentasi terhadap berbagai kelompok sosial yang dikategorikan dengan cara gender, umur, kelas sosial dan lain-lain.
6. Audience, konsep ini menaruh perhatian pada sejauh persepsi dan pengalaman sosial seseorang terhadap pembacaan materi yang diusung di film tersebut bergantung dengan tingkat pendidikan yang ditempuh oleh masing-masing.
7. Efek, efek meproporsi tentang bagaimana dan mengapa produk media mempengaruhi para audience baik secara aktif maupun pasif.
8. Institusi, ialah pada organisasi yang menjalankan dan mengontrol media sehingga institusi bisa memelihara kepentingan pemodal.

Fungsi Film

Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif.

Karakteristik Film

1. Layar yang luas/lebar
2. Pengambilan Gambar pemandangan menyeluruh
3. Konsentrasi penuh
4. Identifikasi Psikologis

Kampanye

Pengertian secara umum tentang istilah kampanye yang dikenal sejak 1940-an *campaign is generally exemply persuasion in action* (kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk), dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuwan, ahli dan praktisi komunikasi yaitu sebagai berikut (Venus, 2004:7) :

1. Leslie B. Snyder (2002)
A communication campaign is an organized communication activity, directed at a particular audience for a particular periode of time to achieve a particular goal. Secara garis besar bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi secara langsung ditujukan khalayak tertentu pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Pfau dan Parrot (1993)
A campaign is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified periode of time for the purpose of influencing a specified audience. Artinya bahwa suatu kampanye yang secara sadar menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu untuk bertujuan mempengaruhi khalayak sasaran tertentu.
3. Rogers dan Storey (1987)
Mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

Merujuk pada definisi diatas maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yakni :

- a. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
- b. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
- c. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
- d. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Jenis-Jenis Kampanye

Menurut Ruslan (2008:26) jenis-jenis kampanye kegiatan menjual produk, kandidat dan ide atau gagasan perubahan sosial yaitu sebagai berikut :

1. *Product-Oriented Campaigns*
Kegiatan dalam kampanye berorientasi pada produk, dan biasanya dilakukan dalam kegiatan komersial kampanye promosi pemasaran suatu peluncuran produk yang baru.
2. *Candidate-Oriented Campaigns*
Kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik.
3. *Ideological or Cause-Oriented Campaigns*
Kegiatan kampanye yang berorientasi dan bertujuan khusus dan berdimensi perubahan sosial.

Tujuan Kampanye

Menurut Venus (2004:10) tujuan kampanye yaitu:

1. Kegiatan kampanye biasanya diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran pengetahuan atau kognitif. Pada tahap ini pengaruh yang diharapkan adalah munculnya kesadaran, berubahnya keyakinan atau meningkatnya pengetahuan khalayak tentang isu tertentu.
2. Kegiatan kampanye diarahkan pada perubahan dalam ranah sikap atau

attitude. Sasarannya adalah untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian atau keberpihakan khalayak pada isu-isu yang menjadi tema kampanye.

3. Kegiatan kampanye ditujukan untuk mengubah perilaku khayalak secara konkret dan terukur. Tahap ini menghendaki adanya tindakan tertentu yang dilakukan oleh sasaran kampanye.

Teori Disonansi Kognitif

Menurut Leon Festinger (2008:139) mengatakan bahwa manusia sering kali mengubah sikap ataupun perilakunya untuk menyetarakan keyakinannya sendiri, manusia akan mengalami ketidaknyamanan dalam jiwanya sebab jiwanya tertekan, hal inilah yang disebut dengan disonansi kognitif. Dan Menurut Roger Brown keadaan disonansi kognitif dikatakan sebagai keadaan ketidaknyamanan psikologis atau ketegangan yang memotivasi usaha-usaha untuk mencapai konsonansi. Brown menyatakan teori ini memungkinkan dua elemen (pikiran dan tindakan) memiliki tiga hubungan yang berbeda satu sama lain yaitu konsonan, disonan, dan tidak relevan.

Ada empat asumsi dalam teori ini, yaitu:

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi dalam keinginan pada keyakinan sikap dan perilakunya. Asumsi ini menekankan bahwa manusia mencari konsistensi dan tidak akan menikmati inkonsistensi dalam pikiran dan keyakinan mereka. terkadang orang ingin mencari konsistensi agar nyaman, tetapi persepsi-persepsinya sendiri telah menimbulkan inkonsistensi.
2. Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis. Asumsi ini berkaitan pada fakta bahwa keyakinan-keyakinan harus tidak konsisten secara psikologis satu

- dengan lainnya untuk menimbulkan disonansi kognitif.
3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan-tindakan dengan dampak yang dapat diukur.
 4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan mengurangi disonansi

METODE PENELITIAN

Metodologi pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006: 66) metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaahaan berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai macam instrumen pengumpulan data. Karena itu, periset dapat menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi-dokumentasi, kuesioner (hasil survei), rekaman, bukti-bukti fisik lainnya. (Kriyantono, 2006: 65).

Sementara itu, Yin (2006: 18) memberi batasan mengenai studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan jelas, dan di mana multisumber dimanfaatkan.

Penggunaan metode studi kasus pada pembahasan jurnal ini adalah studi kasus dengan fokus pada bagaimana peran media iklan sebagai media pendidikan anti korupsi. Penggunaan studi kasus sebagai metode penelitian dikarenakan penelitian

ini bertujuan memberikan uraian secara lengkap dan mendalam mengenai peran media iklan sebagai media pendidikan anti korupsi.

Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaahaan berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai macam instrumen pengumpulan data. Karena itu, periset dapat menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi-dokumentasi, kuesioner (hasil survei), rekaman, bukti-bukti fisik lainnya. (Kriyantono, 2006: 65).

Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan.

Menurut Pawito (2008: 102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretatif tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistik dalam setting tertentu. Di sini, dikandung arti bahwa temuan apapun yang dihasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang diamati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi kualitatif.

Dengan demikian, metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic.

Berdasarkan tataran atau cara menganalisis data, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Sejalan dengan hal tersebut, Moleong (2002: 11) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data yang diambil peneliti dalam penulisan ini di dapat melalui studi kepustakaan atau sumber tertulis (*library research*). Secara umum definisi studi kepustakaan adalah usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahuna, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lainnya.

Menurut Ruslan (2010: 31) “Riset kepustakaan adalah riset yang dilakukan untuk mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku, referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia dipergustakaan”.

Data-data yang digunakan dalam pembahasan jurnal ini yaitu data secara studi pustaka diperoleh dari beberapa sumber buku dan sumber lainnya seperti internet yang relevan dengan pembahasan dan data terkait film animasi 3D India “Delhi Safari”.

HASIL PENELITIAN

Masalah lingkungan semakin lama semakin besar, meluas, dan serius. Persoalannya bukan hanya bersifat lokal atau translokal, tetapi regional, nasional,

trans-nasional, dan global. Dampak-dampak yang terjadi terhadap lingkungan tidak hanya berkait pada satu atau dua segi saja, tetapi kait mengait sesuai dengan sifat lingkungan yang memiliki multi mata rantai relasi yang saling mempengaruhi secara subsistem. Apabila satu aspek dari lingkungan terkena masalah, maka berbagai aspek lainnya akan mengalami dampak atau akibat pula.

Pada mulanya masalah lingkungan hidup merupakan masalah alami, yakni peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai bagian dari proses natural. Proses natural ini terjadi tanpa menimbulkan akibat yang berarti bagi tata lingkungan itu sendiri dan dapat pulih kemudian secara alami (*homeostasi*).

Akan tetapi, sekarang masalah lingkungan tidak lagi dapat dikatakan sebagai masalah yang semata-mata bersifat alami, karena manusia memberikan faktor penyebab yang sangat signifikan secara variabel bagi peristiwa-peristiwa lingkungan. Tidak bisa disangkal bahwa masalah-masalah lingkungan yang lahir dan berkembang karena faktor manusia jauh lebih besar dan rumit (*complicated*) dibandingkan dengan faktor alam itu sendiri. Manusia dengan berbagai dimensinya, terutama dengan faktor mobilitas pertumbuhannya, akal pikiran dengan segala perkembangan aspek-aspek kebudayaannya, dan begitu juga dengan faktor proses masa atau zaman yang mengubah karakter dan pandangan manusia, merupakan faktor yang lebih tepat dikaitkan kepada masalah-masalah lingkungan hidup.

Oleh karena itu, persoalan-persoalan lingkungan seperti kerusakan sumber-daya alam, penyusutan cadangan-cadangan hutan, musnahnya berbagai spesies hayati, erosi, banjir, pencemaran udara-air, tanah longsor, gagal panen karena harna, kekeringan, punahnya berbagai spesies binatang langka, lahan menjadi tandus, penebangan hutan secara liar, dan lain-lainnya bahkan jenis-jenis penyakit yang berkembang terakhir ini, diyakini

merupakan gejala-gejala negatif yang secara dominan bersumber dari faktor manusia itu sendiri.

Guna Mengatasi permasalahan lingkungan hidup diatas ada beberapa cara salah satunya dengan menggunakan media film. Film dalam kajian media massa merupakan media yang unik karena memuat segala macam seni di dalamnya. Seni yang beragam dalam pengelolaan sebuah produksi karya, yang menghadirkan sastra sebagai sebuah berkesenian menyusun, mengelola kata dan kalimat dengan proses gramatikal dan pemakaian idiom-idiom serta mazas yang menyertainya. Pesan intrinsik dan ekstrinsik yang ada dalam kajian ilmu bahasa dan sastra melebur menjadi kompleksitas sebagai susunan huruf yang merangkai kata dan kata yang merangkai kalimat serta tersusun atas paragraph yang membantuk scene (*fragmen*) atau disebut dengan skenario.

Selain sastra, film juga menghadirkan seni disain komunikasi sosial yang kemudian diterjemahkan menjadi setting ruang dan waktu, proses setting yang kemudian dikenal dengan pengelolaan bahan material yang disebut dengan artistik. Sebuah detail keadaan ruang yang di set (tata) sedemikian rupa sehingga menghasilkan keadaan yang sedap dipandang mata menjadi sesuai yang indah (keindahan) yang terekam dalam bingkai kamera sebagai sebuah keindahan artistik.

Selanjutnya film juga memuat keragaman shot dengan bentuk-bentuknya yang beragam dengan moving serta komposisinya yang dimanifestasikan ke dalam *frame(ing)* kamera sebagai kekuatan dalam mengelola satu kesatuan dengan tata cahaya (pencahayaannya) serta warna yang terekam dalam bingkai kamera tersebut yang kemudian disebut dengan DOP (*Direct of Photographic*).

Delhi Safari merupakan film bilingual India. Film animasi 2012 stereoscopic 3D ini disutradarai oleh Nikhil Advani dan diproduksi oleh Krayon Picture (studio animasi 3D berbasis Pune).

Tokoh/karakter pada film Delhi Safari terdiri dari :

1. Leopard
 - a. Sultan (Sunil Shetty) : seekor leopard yang mengorbankan dirinya (mati di tembak) untuk mencoba menghentikan penebangan hutan secara liar.
 - b. Begum (Urmila Matondkar) : istri Sultan yang over protektif terhadap anak.
 - c. Yuvi (Swini Khara) : anak Sultan dan Begum.
2. Binatang lain :
 - a. Alex (Akshaye Khanna) : burung beo yang multibahasa.
 - b. Bagga (Boman Irani) : beruang malas yang selalu memakai topi.
 - c. Bajrangi (Govinda) : seekor monyet yang licik dan pintar.

Film "Delhi Safari" bercerita tentang petualangan ibu dan anak leopard bersama dengan seekor burung beo, monyet, dan beruang yang tersingkir dari hutan tempat tinggal mereka akibat penebangan liar. Mereka memutuskan untuk pergi ke Delhi meminta keadilan dan protes di depan gedung parlemen, serta meminta anggota dewan parlemen dapat menjawab beberapa pertanyaan mengapa manusia menjadi hewan paling berbahaya? Dan apakah manusia tidak memahami bahwa jika hutan dan hewan tidak hidup berdampingan dengan manusia, sehingga keseimbangan ekosistem akan terancam?

Film ini dimulai dengan 'Yuvi' mengatakan bahwa ia kehilangan ayahnya Sultan di pagi hari, tetapi tidak ingin kehilangan rumahnya. Film ini bercerita kilas balik di pagi hari ketika Yuvi dan Sultan bermain di hutan sementara ibunya, Begum datang menghampiri. Keduanya (Sultan dan Yuvi) mengatakan sesuatu yang membuat Begum marah dan pergi. Segera, Begum memaafkan Sultan dan Yuvi. Namun, setelah mereka kembali ke hutan, tiba-tiba bulldoser datang. Begum berhasil melarikan diri, tetapi Yuvi dan Sultan terjebak. Dalam upaya untuk

menyelamatkan Yuvi, Sultan menangkap Yuvi dalam mulutnya dan melemparkan Yuvike Begum. Namun, ia sendiri dibunuh oleh manusia yang memegang senapan, hal itu membuat seluruh binatang yang ada di hutan sangat marah pada manusia. Suatu pembicaraan yang terjadi dari Bajrangi (monyet), mengatakan bahwa ia akan mengalahkan kecerdikan dari orang-orang (manusia), dan menanyakan apakah ada yang tahu siapa saja yang mengetahui bahasa manusia. Pipa (Seekor burung merpati putih), katanya dia tahu seseorang yang bisa bahasa manusia. Yuvimenemui siburung merpati putih pada hari berikutnya, dan bertanya siapa yang bisa bahasa manusia? Burung merpati putih mengatakan dia Alex (burung beo), yang tinggal dengan sutradara Vikram. Bajrangi (monyet), Bagga (beruang), Yuvi (anak Begum dan Sultan) pergi ke rumah sutradara Vikram untuk menculik Alex (burung beo) dan meyakinkan dia untuk pergi ke Delhi agar berbicara kepada anggota dewan parlemen untuk meminta keadilan dan perlindungan hutan tempat tinggal mereka. Akhirnya Alex burung beo), Bagga (beruang), Begum (Istri Sultan), Bajrangi (monyet) dan Yuvi (anak Begum dan Sultan) pergi ke Delhi untuk menemui anggota dewan parlemen dan menyampaikan pesan mereka untuk menghentikan penebangan hutan dan menyelamatkan hutan tempat mereka tinggal. Mereka akhirnya mencapai Delhi dan menyampaikan pesan kepada anggota dewan parlemen. Dalam adegan terakhir terlihat bahwa hutan tempat mereka tinggal terlindungi dan semua binatang senang.

PEMBAHASAN

Kegiatan kampanye secara umum merupakan kegiatan persuasi (komunikasi persuasif) yang bertujuan mempengaruhi

pola berpikir, bersikap, dan berperilaku orang lain seperti yang diharapkan. Sebagai salah satu bentuk komunikasi persuasif, yang secara umum berarti suatu kegiatan psikologis, yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku, yang dilakukan secara halus dan lebih mengandung unsur manusiawi. Kampanye komunikasi secara teoritis ialah untuk memberi informasi dan mempengaruhi masyarakat merupakan bagian yang dikenal dan tidak dapat dipisahkan dari program pelayanan masyarakat, melalui berbagai poster, pemberitaan majalah, iklan televisi, radio, film, berbicara dengan pemuka masyarakat, dan selebaran.

Kampanye komunikasi itu mempunyai tujuan untuk memberitahu, membujuk dan memotivasi perubahan perilaku khalayak, dalam arti sempit dan luas. Hovland dan Weis berpendapat, bahwa perubahan sikap seseorang lebih besar pengaruhnya jika disebabkan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi. Oleh karenanya komunikator memegang peranan penting dalam kampanye. Sikap memerlukan objek, baik berupa benda, kehidupan, situasi, kondisi atau lingkungannya. Banyak cara yang dilakukan oleh untuk melakukan kampanye seperti salah satunya dengan film animasi 3D India “Delhi Safari”.

Gambar2



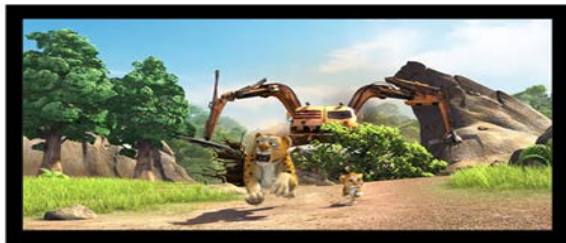
Gambar 1.
Poster film animasi 3D “Delhi Safari”



Gambar 2.
Sultan dan Yuvi sedang bermain di hutan



Gambar 5.
Demi menyelamatkan anaknya (Yuvi) Sultan tertembak oleh manusia



Gambar 3.
Sultan dan Yuvi yang dikejar oleh Buldoser



Gambar 6.
Pipa (burung merpati putih) berbicara pada Yuvi mengenai binatang yang bisa bahasa manusia, yaitu Alex (burung beo)



Gambar 7.
Tindakan penculikan Alex (burung beo) oleh Bajrangsi (Monyet)



Gambar 4.
Sultan dan Yuvi terjebak di Hutan yang rusak karena penebangan liar



Gambar 6.
Yuvi (leopard) berusaha meyakinkan Alex (burung beo) untuk membantunya berbicara kepada manusia (anggota dewan parlemen di Delhi) mengenai kondisi hutan tempat dia tinggal



Gambar 7.

Kondisi hutan tempat tinggal Yuvi (leopard) yang rusak karena penebangan liar



Gambar 7.

Perjalanan Bagga (beruang), Bajrangi (monyet), Begum dan Yuvi (leopard), Alex (burung beo) menuju kota Delhi untuk menemui Anggota dewan perlemen



Gambar 8.

Bagga (beruang), Bajrangi (monyet), Begum dan Yuvi (leopard) dan Alex (burung beo) yang sampai di kota Delhi, mereka menjadi pusat perhatian masyarakat dan sorotan media



Gambar 9.

Anggota dewan parlemen yang mendengarkan pesan Alex (burung beo), dan hasilnya anggota dewan parlemen di Delhi memutuskan untuk menghentikan penebangan liar, menyelamatkan dan melindungi hutan



Gambar 10.

Kehidupan hutan tempat Yuvi, keluarga dan teman-temannya tinggal menjadi aman dan nyaman

Berdasarkan uraian scene film animasi 3D “Delhi Safari”, jika dilihat dengan *teori disonansi kognitif* yaitu mengatakan bahwa manusia sering kali mengubah sikap ataupun perilakunya untuk mengetengahkan keyakinannya sendiri. Kampanye lingkungan hidup yang disampaikan melalui film animasi 3D “Delhi Safari” dapat dikatakan berhasil dalam membantu mengkampanyekan lingkungan hidup kepada masyarakat. Karena kegiatan kampanye komunikasi itu mempunyai tujuan untuk memberitahu, membujuk dan memotivasi perubahan perilaku khalayak, dalam arti sempit dan luas. Hovland dan Weis berpendapat, bahwa perubahan sikap seseorang lebih besar pengaruhnya jika disebabkan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi.

KESIMPULAN

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Film animasi 3D “Delhi Safari” yang di produksi oleh Krayon Picture ialah dipergunakan sebagai media kampanye lingkungan hidup dengan beberapa penghargaan yang diperoleh antara lain (1) Delhi Safari memenangkan Penghargaan Nasional untuk Animasi Film Terbaik; (2) Delhi Safari juga memenangkan penghargaan Feature Film Terbaik (teater) di FICCI FRAMES; (3) Bollywood Portal film India memberikan 3 bintang karena film ini merupakan langkah maju menuju kesadaran ekologis yang dikombinasikan dan disajikan dengan menyenangkan. Hal ini didasarkan pada :

1. Mengetengahkan Isu lingkungan hidup
2. Dilihat dari isi film, maka bentuk film dalam sosialisasi lingkungan
3. Isu lingkungan terutama perlindungan terhadap hutan dan ekosistem
4. Isu lingkungan yang diangkat oleh Krayon Picture dalam film animasi 3D “Delhi Safari” dijadikan sebagai alat/media dalam membentuk kesadaran kemanusiaan.
5. Kampanye isu lingkungan sebagai bentuk riil pencegahan *global warming* untuk keberlangsungan bumi.

DAFTAR PUSTAKA

- McQuail, Denis, 2007. *Mass Communication Theory, An Introduction, Third Edition*, London: Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publication.
- Moleong, Lexy, J. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung. 2002.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Riset Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta. 2006.
- Kotler, P. & Roberto E.L. (1989). *Social marketing: Strategies for changing public behavior*. New York: The Free Press Macmillan Inc.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKIS Pelangi Aksara. Yogyakarta. 2008.
- Ruslan, Rosady. *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi cetakan ke-5*. Rajawali Pers. Jakarta. 2010.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- West, Richard and Lynn H. Turner, 2008, *Teori Komunikasi Analisa dan Aplikasi Edisi 3*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Sumber lain :**
- http://www.budpar.go.id/filedata/5168_1434-UU33Tahun2009Perfilman.pdf. (diakses 06 September 2014).
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Film>(diakses pada 6 September 2014).
- http://id.wikipedia.org/wiki/Lingkungan_hidup (diakses pada 6 september 2014)