

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE PELESTARIAN KAWASAN KARST MAROS - PANGKEP SEBAGAI MEDIA EDUKASI PUBLIK

¹ Joachim David Magetanapuung, ² Niken Savitri Anggraeni, ³ Achmad Mucharam,
⁴ Kristianus Haryandi, ⁵ Win Rico

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
dvdjoachim@gmail.com

² Program Studi Desain Komunikasi Visual, STIE Ciputra Makassar
nikensavitri977@gmail.com

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
achmucharam@gmail.com

⁴ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
krixoxa@gmail.com

⁵ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
fopifopi@gmail.com

Abstract

Karst is a rocky area that is known and categorized as an area with the title of natural beauty because of its unique shape, but it is rarely known to the wider community that karst areas hold a lot of potential and historical values, for example, the karst area in Maros- Pangkep that needs to be preserved. Preservation is considered difficult to realize because there are many mining permits for karst areas that exist for the manufacture of raw materials for cement and marble. Seeing the large number of people at large who do not understand what karst is and what its potentials are in it, the authors designed a social campaign for the preservation of karst areas using promotional media that can educate the public. This social campaign invites the general public to take part in safeguarding the karst area and use it more wisely. In designing this social campaign, theories such as layout theory, color theory, typography theory, and environmental theory are used. Main focus of the social campaign of this karst area is for the environmental preservation and human survival in the future.

Key Word : Social Campaign, Preservation, Karst, Education, Public

1. Pendahuluan

Karst adalah kawasan bebatuan karbonat yang pada dasarnya dapat dikategorikan menjadi kawasan dengan tajuk keindahan alam karena bentuknya yang cukup unik. Kawasan karst ini dapat dinilai indah karena selain pemandangannya yang cukup unik terdapat pula

gua-gua / *endokarst* yang didalamnya banyak ditemukan situs sejarah di zaman purba serta beraneka keunikan flora & fauna disekitarnya.

Yang jarang diketahui oleh masyarakat luas adalah di dalam kawasan karst terdapat sungai bawah tanah yang ada karena *hidrogeologi* kawasan karst. Resapan air pada pori-pori dan retakan kecil pada permukaan tanah membentuk

sungai. Aliran air sungai bawah tanah yang masih alami tercatat sekitar 54mm/jam, menyebabkan kawasan karst sering disebut juga sebagai penyimpan air tanah alami.

Kawasan karst dengan bentuk yang berbeda namun tetap memiliki keunikan dan keindahan alam dan dapat ditemukan dalam seluruh bagian dunia. Di Indonesia kawasan karst dapat dijumpai terdapat pada pulau-pulau besar seperti Jawa, Sulawesi dan Kalimantan. Fungsi karst sebagai penyimpan air alami ini dimanfaatkan dengan baik oleh penduduk Indonesia yang tinggal di sekitar kawasan karst tersebut untuk keperluan bertani dan sumber air alami bagi masyarakat di sekitarnya. Keindahan kawasan karst ini juga dimanfaatkan oleh penduduk sekitarnya untuk menjadikan kawasan karst sebagai wisata alam yang eksotis, dengan membuat beberapa lokasi di kawasan karst seperti gua, sungai bawah tanah, flora & fauna, dan sebagainya yang menjadi bagian utama dari wisata alam karst yang dapat dinikmati masyarakat luas.

Kawasan karst yang merupakan kawasan batuan kapur (CaCO_3) ini juga dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan semen. Eksploitasi kawasan karst sudah dilakukan secara massif terutama oleh industri semen khususnya di Indonesia sebagai bahan baku utama dalam produksi semen berkualitas. Permintaan akan kebutuhan semen di Indonesia untuk keperluan secara fisik / *infrastruktur* dan juga ekonomi, membuat kawasan karst hanya dipandang sebagai “penopang” negara. Sedangkan pelestarian dan perlindungan kawasan karst di Indonesia dapat

dikatakan tergolong minim, padahal menurut PP no 26 / 2008 tentang kawasan lindung disebutkan di pasal 60 ayat 2 bahwa; bentang alam karst merupakan salah satu kriteria keunikan bentang alam. Sudah sewajarnya jika salah satu keunikan bentang alam harus dilestarikan dan ditindak lebih serius dalam pengelolaan juga pemanfaatannya

Eksploitasi yang dilakukan pihak industri semen bisa dikatakan merugikan, dan kerugian ini paling signifikan dialami oleh masyarakat sekitar yang tinggal di kawasan karst. salah satunya terciptanya ribuan pengangguran karena hilangnya lahan pertanian, rusaknya sumber mata air dan hilangnya daya lingkungan. Potensi kerugian dari sisi kesehatan juga sangat signifikan akibat pencemaran air yang berasal dari limbah pertambangan, yang dapat mempengaruhi simpanan air bersih penduduk sekitar (Boemimahardika, <https://boemimahardika.wordpress.com>, diakses tanggal 2 Juni 2023). Selain itu ada juga kerugian yang mempengaruhi flora & fauna kawasan karst, dan peningkatan pemanasan global. Maka dapat disimpulkan bahwa eksploitasi kawasan karst secara besar-besaran ini akan lebih banyak mendatangkan kerugian baik dalam jangka pendek maupun panjang dibandingkan manfaatnya bagi pembangunan negara.

Melihat kerugian yang cukup signifikan tersebut maka beberapa LSM lingkungan hidup seperti WALHI, mencoba untuk memberikan gagasan-gagasan pelestarian kawasan karst yang dapat menjadi suatu langkah mediasi antara pemerintah Indonesia dan masyarakat sekitar.

Dimana pemanfaatan kawasan karst dapat dimaksimalkan dengan baik terutama keuntungan pemerintah dari segi ekonomi jika dibandingkan dengan penambangan oleh industri semen. Pemanfaatan kawasan karst tidak hanya sebagai suatu potensi wisata alam tetapi juga termasuk dari pengelolaan air bersih serta pertanian. Konsep pelestarian dan pemanfaatan kawasan karst ini dapat menambah tidak hanya ekonomi negara tetapi juga ekonomi penduduk disekitar kawasan karst tersebut. Dengan menjadikannya sebagai wisata alam saja dapat memajukan daya jual perahu-perahu penduduk sekitar yang bisanya dipakai untuk melewati sungai dapat dijadikan sebagai transportasi utama turis-turis untuk melihat keindahan alam kawasan karst.

Pengelolaan dan pelestarian kawasan karst sudah dilakukan oleh penduduk yang tinggal di kawasan karst Maros - Pangkep, Makasar, Sulawesi selatan, sejak tahun 2014 lalu. Kemenangan para penduduk kawasan karst Maros – Pangkep pada tahun 2013 dalam melawan industri pertambangan seperti industri marmer, industri semen dan sebagainya, membuat mereka sadar bahwa ini adalah cara terbaik dalam melestarikan bentang alam karst adalah dengan menjadikannya sebagai kawasan wisata alam. Keuntungan ini sudah dapat dirasakan para penduduk karst maros, sejak tahun 2015-2016 saja tercatat jumlah wisatawan yang datang sebanyak 40 ribu wisatawan. Asumsi perolehan pendapatan dengan tiket masuk sebesar Rp.150.000,- maka dalam pertahun pendapatan dari potensi wisata alam karst mencapai Rp.6

miliar (Kajian KLHS tahap 1 renbang, 2017). Keuntungan tersebut baru dilihat dalam sisi pariwisata saja, dan belum dilihat dari sisi pengelolaan sumber air maupun pertanian dan juga tidak menutup kemungkinan terbukanya lapangan pekerjaan baru bagi penduduk sekitar. Sangat jelas jika dilakukan pertambangan pada kawasan karst dapat mendatangkan kerugian yang besar di masa mendatang nanti.

Hal inilah yang ingin ditegaskan LSM seperti WALHI kepada pemerintah maupun masyarakat luas, bahwa pemanfaatan kawasan karst dapat dilakukan secara maksimal tanpa melakukan kerusakan, dan perjuangan gigih penduduk kawasan karst Maros - Pangkep, Makasar, Sulawesi Selatan, merupakan suatu bukti nyata dalam memenangkan gugatannya melawan industri pertambangan dan melestarikannya dengan usaha penduduknya sendiri. Demi terwujudnya pergerakan bersama masyarakat Indonesia untuk ikut ambil bagian dalam melindungi dan melestarikan kawasan karst baik dari segi aksi maupun beretika dengan lingkungan, dibutuhkan suatu komitmen bersama yang bersinergi dalam satu gerakan pasti (A. Sonny Keraf, 2010 : 10). Perwujudan dari suatu pergerakan masyarakat yang efektif dan efisien adalah dengan membuat sebuah kampanye sosial, dan tema yang cukup menarik untuk diangkat yaitu pelestarian kawasan karst sebagai wisata alam & edukasi publik, karena dengan membuat kawasan karst sebagai wisata alam & edukasi publik, tidak hanya penduduk sekitar kawasan karst secara sadar merawat dan menjaga kawasan

karst di daerahnya tetapi masyarakat luas secara sadar maupun tidak sadar turut ambil bagian dalam melestarikan kawasan karst tersebut, serta melalui penggalan nilai-nilai edukasi dalam pelestarian kawasan karst terutama untuk keberlangsungan kehidupan generasi pada masa depan.

Aksi bersama inilah yang menarik untuk disampaikan kepada pemerintah maupun masyarakat luas untuk dapat melihat bahwa selain penambangan kawasan karst untuk bahan baku untuk industri semen, industri marmer dan sebagainya, dilakukan upaya pendekatan lain yang lebih positif dalam pelestarian bentang alam karst dalam menjaga keseimbangan antara pembangunan negara dengan pelestarian kawasan karst.

Melihat kesempatan tersebut peranan seorang desainer grafis sangatlah dibutuhkan untuk merancang sebuah kampanye sosial dengan menggunakan berbagai media promosi yang tergolong interaktif untuk menarik perhatian masyarakat luas selaku *target audience* yang dituju. Komposisi visual yang kreatif, unik dan menarik dalam perancangan suatu media promosi dengan komposisi unsur Tipografi, Ilustrasi, Warna, Garis, Layout, dan lain-lain sangatlah diperlukan, karena dengan konsep visual yang menarik *target audience* yang dituju akan tertarik untuk mencari tahu informasi apa yang terkandung didalamnya dan diharapkan juga untuk ikut serta secara aktif dalam suatu bentuk pendekatan positif yang dimaksudkan dalam kampanye sosial tersebut.

Peneliti ingin mengangkat sebuah perancangan komunikasi visual berkonsepkan “Kampanye Sosial” yang ditujukan kepada masyarakat umum di Indonesia agar tidak hanya mengenal tapi juga menjaga serta aktif dalam pelestarian kawasan karst sebagai salah satu wisata alam eksotis di Indonesia.

Faktor Eksternal

Pesatnya arus globalisasi ke Indonesia serta perkembangan revolusi industri 4.0 sehingga merupakan salah satu penyebab utama terbukanya akses arus informasi yang tidak terbatas, dikarenakan perkembangan teknologi digital telah meniadakan garis ruang dan waktu.

Faktor kelemahan yang paling utama dalam keterbukaan arus informasi adalah perubahan persepsi dan pola pikir *target audience* khususnya generasi milenial. Perubahan ini yang merupakan penyebab terkotaknya arus informasi pada beberapa titik yang sangat disukai oleh generasi milenial sehingga isu-isu terkini yang sangat krusial seperti budaya tradisi, lingkungan hidup dan sebagainya menjadi terhambat dari segi komunikasi dengan *target audience*.

Faktor Internal

Kondisi generasi milenial dalam era digital ini sangat memprihatinkan, perkembangan jaman secara signifikan merubah segalanya, baik dari segi budaya, sosial, ekonomi, politik bahkan agamapun semakin tidak esensial dalam kehidupan. Dampak dari perubahan itu sangatlah berpengaruh bagi masyarakat Indonesia, terutama bagi populasi generasi milenial di Indonesia.

Menurunnya tingkat perhatian maupun ketertarikan generasi milenial terutama dalam hal lingkungan hidup, maka peneliti melakukan perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep dalam tampilan desain yang kreatif, unik dan menarik melalui penyesuaian dengan *mindset target audience* spesifik sebagai suatu media edukasi publik untuk memperkenalkan serta menumbuhkan minat dan ketertarikan generasi milenial untuk dapat secara aktif melestarikan kawasan karst tidak hanya pada kawasan Maros – Pangkep saja tetapi di seluruh Indonesia.

Strategi pemilihan media juga disesuaikan melalui saluran komunikasi media digital yang sangat dikenal dan dekat dengan generasi milenial sehingga pesan komunikasi yang ingin disampaikan dapat secara efektif dan efisien diterima oleh *target audience* spesifik yang dituju.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat suatu perancangan kampanye sosial yang unik, menarik dan edukatif untuk Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep ?
2. Bagaimana menarik minat target audience yang dituju untuk mengunjungi Kawasan Karst Maros – Pangkep sebagai Kawasan Wisata Alam yang menarik?
3. Efektifitas desainer komunikasi visual dalam perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros - Pangkep?

Batasan dan Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan pada pembahasan serta identifikasi permasalahan yang ada maka dilakukan suatu batasan ruang lingkup perancangan Media Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik hanya mencakup kepada perancangan

- a. Merumuskan suatu strategi pendekatan komunikasi melalui implementasi komunikasi visual yang mudah dipahami oleh target audience spesifik yang dituju melalui penggambaran visi dan misi kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik.
- b. Menentukan dan merancang media promosi yang mengandung unsur visual interaktif yang ditujukan untuk keperluan Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik.

2. Tujuan Kampanye Sosial

- a. Menanamkan sifat kepedulian lingkungan kepada masyarakat terutama generasi milenial untuk ikut secara aktif dalam melestarikan kawasan karst sebagai salah satu daya tarik wisata alam.
- b. Menciptakan suatu konsep edukasi publik bahwa pentingnya kawasan karst sebagai sumber daya alam yang berlimpah dalam menopang kehidupan manusia untuk mencegah proses eksploitasi secara masif.
- c. Merumuskan suatu strategi pendekatan komunikasi yang dilakukan dengan melalui seleksi efektifitas dan efisiensi penggunaan media komunikasi.

Manfaat Kampanye Sosial

Perancangan media komunikasi visual berupa suatu yang diharapkan dapat bermanfaat dalam menciptakan suatu bentuk kecintaan, kepedulian serta ketertarikan wisatawan domestik dan mancanegara serta masyarakat Indonesia agar bisa mengenal secara mendalam tentang Kawasan Karst Maros - Pangkep, serta sekaligus sebagai suatu media edukasi dan informasi publik akan pentingnya pelestarian kawasan Karst sebagai salah satu penopang kehidupan manusia selain sebagai salah satu potensi wisata alam.

3. Metodologi Pengumpulan Data

a. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Observasi

Secara umum, rencana penelitian dalam perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik pada awalnya dilakukan dengan cara mengamati pola pikir (*mindset*) dan kebiasaan *target audience* spesifik yang dituju dalam mencari informasi yang menarik. Peneliti akan lebih menempatkan fokus utama pada ketertarikan target audience spesifik yang mayoritas mengarah pada penggunaan media digital sebagai media edukasi publik tentang kawasan Karst.

2. Data Sekunder

Selain data primer, data sekunder yang berupa kajian teori dapat menjadi data tambahan dalam proses penelitian ini.

Metode yang akan Peneliti gunakan adalah metode perpustakaan, metode dokumentasi data dan internet. Data yang diperoleh yaitu melalui data primer dan data sekunder merupakan dasar dalam perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik yang unik, menarik, efektif dan komunikatif.

b. Metode Analisa Data

Setelah data-data terkumpul maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisa data-data tersebut. Metode yang digunakan adalah metode analisa SWOT (*Strength, Weakness, Oppotuniry, Threat*). Penerapan analisa SWOT pada perancangan ini adalah agar Peneliti dapat menerapkan konsep desain yang sesuai diaplikasikan dalam perancangan ini akan ditunjukkan sehingga tepat dalam penyampaian informasi.

c. Metode Penyajian Data

Data-data dalam perancangan ini disajikan secara deskriptif dan analitis untuk memahami tentang perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik yang unik, menarik, efektif dan komunikatif serta menggambarkan peran desainer komunikasi visual dalam proses perancangan tersebut sehingga pemahaman terhadap data yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar perancangan.

Tinjauan Data

Kawasan Karst Maros - Pangkep

Kawasan Karst merupakan kawasan batuan karbonat, dan proses penyerapan air di permukaan kawasan karst menyebabkan suatu tingkat *porositas* yang cukup tinggi, sehingga dapat menciptakan suatu bukaan atau lubang dengan diameter yang berbeda. Kemudian bukaan atau lubang ini menjadi perantara bagi air pada permukaan atas kawasan karst untuk turun ke permukaan bawah, yang akan terhubung dan mengalir melewati gua-gua didalamnya sehingga seolah terlihat seperti aliran sungai bawah tanah. Hal inilah yang membuat kawasan karst menjadi kawasan *reservoir* air alami dalam volume yang cukup besar.

a. Profil dan potensi kawasan karst

Kawasan karst dapat dikategorikan sebagai keunikan bentang alam karena keindahan, fungsional dan nilai sejarahnya. Jika dikelola dengan baik Kawasan karst dapat mensejahterakan tidak hanya makhluk hidup disekitarnya, namun juga makhluk hidup secara luas. Salah satu kawasan karst yang berhasil dikelola dan dilestarikan oleh masyarakat dan dijadikan sebagai salah satu wisata alam terkenal adalah kawasan karst Maros - Pangkep yang berada di Sulawesi Selatan. Dengan pengelolaan tersebut tidak hanya secara tidak langsung masyarakat membantu perkembangan ekonomi negara, namun mereka juga membuat wisatawan yang berkunjung untuk ikut menjaga pelestarian kawasan karst tersebut. Masyarakat sekitar kawasan karst Maros -

Pangkep dapat memberikan edukasi pada kawasan karst, tentang nilai keindahan alam, fungsional dan sejarah yang berbeda-beda dan butuh suatu bentuk penanganan tersendiri.

Kawasan karst Maros - Pangkep merupakan salah satu kawasan karst yang dijadikan sasaran dari kegiatan eksploitasi yang dilakukan oleh beberapa Industri pembangunan, salah satunya adalah industri semen dan marmer. Tercatat lebih dari 100 izin tambang dilakukan industri-industri pembangunan seperti semen dan marmer untuk mengeksploitasi kawasan karst Maros - Pangkep, dan luas kawasan karst yang dieksploitasi hampir mencapai 3600 ha (Muhammad Ridwan, Seminar Hutanku Batu, 2017). Jika kawasan karst Maros - Pangkep ini ditambang untuk kepentingan industri semen dan marmer, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan eksploitasi kawasan karst ini justru akan mendatangkan kerugian yang besar, khususnya kerugian jangka panjang. Dengan dilakukannya eksploitasi kawasan karst maka akan merusak fungsi alaminya, seperti sebagai sumber air bawah tanah, hilangnya habitat satwa liar, rusaknya berbagai macam tanaman asli dan hilangnya situs bersejarah yang ada. Belum lagi jika dilihat dari kerugian akibat aktifitas pertambangan seperti, tercemarnya sumber air bersih, hilangnya pekerjaan masyarakat kawasan karst sebagai petani dan sebagainya.

Menurut Muhammad Ridwan (Seminar Hutanku Batu, 2017) Kawasan karst Maros - Pangkep menyimpan sejuta potensi yang kesemuanya menggantungkan harapan pada kelestarian. Pengelolaan serta pelestarian kawasan karst Maros - Pangkep saat ini dilakukan secara mandiri oleh masyarakat sekitar kawasan tersebut, dimana potensi serta nilai eksotis kawasan karst Maros - Pangkep yang juga turut dimanfaatkan oleh penduduk sekitar.

1. Pemandangan alam

Kawasan karst Maros-Pangkep mempunyai keunikannya tersendiri, yaitu kawasan karstnya yang berbentuk *Cinical Hill* (berbukit kerucut) dan juga berbentuk seperti menara-menara batuan yang menjulang tinggi, sehingga kawasan karst Maros-Pangkep lebih dikenal dengan julukan “hutan batu Indonesia”.

2. Flora & fauna

Kawasan karst merupakan suatu rumah sekaligus penyedia bahan makanan untuk keberagaman flora dan fauna yang tumbuh serta hidup didalamnya dengan keanekaragaman hayati yang dapat dilakukan identifikasi sebagai berikut:

- **Flora**

Pada kawasan Karst Maros-Pangkep tidak kurang dari 709 jenis floranya sudah teridentifikasi. Diantaranya terdapat 43 jenis *ficus* yang merupakan *key species*, termasuk

116 jenis spesies anggrek serta 6 jenis spesies flora yang dilindungi.

- **Fauna**

Untuk fauna pada kawasan karst Maros - Pangkep terdapat sekitar 740 jenis spesies fauna yang sudah dilakukan identifikasi, termasuk 52 jenis yang merupakan jenis spesies penting dan dilindungi oleh undang-undang, tercatat pula 364 jenis diantaranya merupakan *endemik* asli Sulawesi, dan 33 jenis mamalia yang tergolong dari monyet hitam Sulawesi atau Dare, musang Sulawesi, kuskus Sulawesi, kuskus beruang Sulawesi, rusa dan tarsius.

1. **Unggas**

Untuk jenis unggas tercatat 154 jenis yang tergolong dari burung julang Sulawesi, cekakak - hutan tunggir hijau, udang merah Sulawesi, kangkareng Sulawesi dan elang Sulawesi.

2. **Reptil**

Golongan reptil pada karst Maros – Pangkep ini tercatat sebanyak 30 jenis spesies ular kepala dua, tokek tanah Sulawesi, soa - soa, dan kadal terbang. Tercatat pula 17 jenis *amphibi*, katak Sulawesi dan rana. Dari 30 reptil dan 17 *amphibia* tersebut, 7 reptil dan 5

amphibia merupakan *endemik* khas Sulawesi.

3. Ikan

Terdapat 23 jenis ikan yang ada pada kawasan karst Maros - Pangkep diantaranya adalah jenis *marostherina ladigesi*, dan ikan buta.

4. *Gastropoda* dan *Arthropoda*

Terdapat 41 jenis *gastropoda* dan 6 jenis diantaranya merupakan jenis *oligochaeta*. Tercatat pula 95 jenis *arthropoda* yang tergolong dari *kepiting* gua laba-laba palsu.

5. Serangga

Ditemukan 331 jenis spesies serangga dan diantaranya termasuk 240 kupu-kupu yang telah berhasil dilakukan identifikasi sampai tingkat spesies. 4 spesies kupu-kupu termasuk spesies yang dilindungi, yaitu: *cethosia myrina*, *troides haliphron*, *troides helena* dan *troides hypolitus*.

3. Potensi Gua

Potensi gua dalam setiap kawasan karst memiliki nilai estetika tersendiri yang sangat unik dan menarik. bagaimana tidak, pada kawasan karst Maros - Pangkep saja tidak kurang dari 257 gua yang sudah teridentifikasi, diantaranya

216 merupakan gua alam dan 41 merupakan gua prasejarah.

Kedalaman gua vertikal dalam kawasan karst Maros - Pangkep yang terdiri dari gua Leang Pute dengan kedalaman vertikal sekitar -263m, gua Tomanangna dengan kedalaman vertikal sekitar -190m, gua Saluk kang Kallang dengan kedalaman vertikal sekitar -184m, dan sebagainya.

Dan jika dilihat dari panjangnya, panjang gua yang ada dalam kawasan karst Maros - Pangkep terdiri dari gua Saluk kang Kallang dengan panjang sekitar 12.463m, gua Tanete dengan panjang sekitar 9.700m, gua Leang Londrong dengan panjang sekitar 2.300m, gua Mimpi dengan panjang sekitar 1.415m, gua Seripa dengan panjang sekitar 1.736m dan sebagainya.

Kawasan karst Maros – Pangkep juga memiliki gua prasejarah, diantaranya adalah gua Leang Pettae, gua Leang Peta Kere, gua Leang Lompoa, gua Leang Kassi dan sebagainya.

4. Sistem Hidrologi

Merupakan sumber air bumi yang memiliki siklus air yang terbentuk dari pemanasan air laut oleh sinar matahari. Dalam kawasan Karst terdapat volume sumber air alami yang sangat besar. Pada kawasan karst Maros - Pangkep sistem hidrologi dalam gua dapat dibagi menjadi 3 sistem yaitu:

- a. Sistem towakala meliputi gua VCM – gua Salukkang Kallang – Lubang Kabut – Lubang Batu neraka – gua Tanete – gua Wattanang – air terjun Bantimurung, debit air yang dihasilkan mencapai 500 l/s.
- b. Sistem Jamala, yang belum dapat dipastikan bentuk sistemnya, namun kemungkinan hulunya berasal dari gunung Bulusaraung dengan debit air mencapai 1000 l/s.
- c. Sistem kecil. Sistem ini terdiri dari sejumlah *swallow hole* dan *resurgence* dengan debit air mencapai < 150 l/s.

5. Lahan Pertanian

Jika melihat kawasan karst yang memiliki peran sebagai penyedia sumber air tanah alami maka pekerjaan masyarakat yang tinggal pada sekitar kawasan karst adalah sebagai petani. Pada kawasan karst Maros - Pangkep mayoritas warga yang bekerja sebagai petani terdapat pada Kecamatan Simbang. Eksploitasi yang dilakukan pada kawasan karst menyebabkan menurunnya siklus panen para petani dalam per tahun. (Wahyu Chandra, <http://www.mongabay.co.id>, akses tanggal 15 Juni 2022).

Analisa dan Segmentasi

1. Analisa SWOT

Analisa data adalah salah satu elemen utama dalam sebuah perancangan, terutama pada

analisis SWOT, karena dengan melakukan analisa dapat digunakan untuk mengetahui validitas perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik, yaitu diantaranya :

a. *Strength* (Kekuatan)

- Kawasan Karst Maros – Pangkep memiliki kekuatan tersendiri baik sebagai salah satu penopang kehidupan manusia serta memiliki potensi yang luar biasa sebagai wisata alam dalam ciri khas serta keberagaman flora dan fauna maupun potensi-potensi lainnya.
- Kawasan karst merupakan tempat tinggal dari flora & fauna yang unik, bahkan beberapa termasuk yang dilindungi negara.
- Situs gua prasejarah bekas hunian makhluk purba yang dapat ditemukan pada beberapa gua di kawasan karst.
- Lahan pertanian menjadi subur dikarenakan sungai bawah tanah pada kawasan karst mengeluarkan air ke permukaan dan membentuk aliran sungai.
- Akitifitas pelarutan pada kawasan karst membantu mengurangi efek rumah kaca dan pemanasan global.
- Pelestarian Kawasan Karst Mars – Pangkep sebagai salah satu potensi wisata alam jika dilihat dari sisi ekonomi akan dapat meningkatkan

Pendapatan Asli Daerah (PAD) Maros – Pangkep secara signifikan melalui pengelolaan serta promosi yang konsisten dan terintegrasi.

b. Weakness (Kelemahan)

- Wisata alam dan adventure gua pada kawasan karst yang kurang bisa dinikmati masyarakat umum karena merupakan olahraga yang tergolong cukup ekstrim.
- Kurangnya kepedulian dan pengetahuan masyarakat luas terhadap lingkungan hidup khususnya kawasan karst. Karst dinilai tidak memberikan suatu keuntungan selain dengan cara eksploitasi untuk pembuatan bahan baku semen dan marmer.
- Struktur tanah kawasan karst yang terbentuk dari batuan karbonat memberikan tingkat kesulitan yang tinggi untuk dibuka menjadi suatu lahan pertanian.
- Kawasan karst lain kurang memiliki potensi pemandangan alam seindah dan seunik kawasan karst Maros-Pangkep yang dijuluki hutan batu.

c. Opportunity (Peluang)

- Melakukan pendekatan komunikasi melalui perancangan suatu Media Edukasi Publik yang unik, menarik dan komunikatif sebagai media interaktif dalam upaya pelestarian Kawasan Karst Maros - Pangkep.

- Memberikan motivasi serta inspirasi pada masyarakat untuk dapat terlibat secara aktif dalam pelestarian Kawasan Karst Maros - Pangkep.
- Pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan media edukasi publik yang unik dan menarik sebagai media komunikasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan suatu pola baru dalam pola pikir *target audience* spesifik.

d. Threat (Ancaman)

- Pemanfaatan kawasan karst oleh para pelaku industri pembangunan seperti industri semen dan industri marmer dengan pola yang tidak bijaksana, sehingga mendatangkan dampak-dampak negatif baik terhadap masyarakat sekitar maupun negara pada kehidupan masa depan.
- Besarnya intimidasi dari pelaku industri pembangunan terhadap masyarakat sekitar kawasan karst serta komunitas/lembaga peduli lingkungan yang menolak bekerja sama, sehingga aksi penyuluhan dan dukungan pelestarian dari khalayak sulit dilakukan dan didapat.
- Maraknya pembangunan infrastruktur serta kegiatan ekspor negara yang membutuhkan bahan dasar bangunan seperti semen, membuat kawasan karst sulit untuk mendapat perlakuan dan kebijakan

khusus dari pemerintah pusat untuk pelestariannya

2. Segmentasi

Pengenalan dan pemahaman masyarakat tentang Kawasan Karst Maros – Pangkep sangat diperlukan sebagai salah satu upaya pelestarian untuk keberlangsungan hidup manusia pada masa depan. Target utama dalam perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik ini secara spesifik adalah generasi milenial sebagai target primer serta masyarakat umum sebagai target sekunder. Hal ini dilakukan agar perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik dapat lebih tepat sasaran terutama melalui pemanfaatan media-media digital sebagai media utama adalah sebagai berikut :

a. Demografis

Demografis adalah merupakan suatu kategorisasi populasi berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, agama, dan pekerjaan

- Usia : 18 – 30 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pendidikan : SMA dan Sarjana
- Pekerjaan : Semua profesi

b. Geografis

Geografis adalah merupakan posisi dari suatu daerah atau wilayah dilihat dari

permukaan bumi. Segmentasi geografis meliputi : wilayah, provinsi, kabupaten, dan lain-lain yang sifatnya urbanis/semi urbanis/rural. Maka, secara geografis *target audience* yang dituju adalah kaum urban dan sub urban yang berada di wilayah DKI Jakarta.

• Psikografis

Segmentasi psikografis dilihat berdasarkan gaya hidup, kepribadian, serta kelas sosial ekonomi. Implementasi desain dilakukan mengacu pada segmentasi psikografis *target audience* tanpa mengurangi tingkat pesan komunikasi dan informasi yang ingin disampaikan.

dimana berdasarkan pada segmentasi psikografis maka *target audience* dari kampanye sosial ini adalah sebagai berikut :

- Kelas Sosial : A, B, C
- Gaya hidup : Konsumtif dan individualis

Target audience utama yang dituju dalam perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik adalah kalangan generasi milenial pada wilayah DKI Jakarta, akan tetapi secara keseluruhan perancangan kampanye sosial ini juga ditujukan kepada semua lapisan masyarakat di seluruh Indonesia.

4. Konsep Perancangan

Konsep dasar perancangan ini dirancang berdasarkan pada seluruh aspek utama yang dapat memaksimalkan pesan komunikasi sehingga bisa diterima dengan baik dan utuh oleh *target audience* spesifik spesifik sehingga dapat meningkatkan suatu rasa kepedulian masyarakat terutama generasi milenial akan pentingnya mengapresiasi dan melestarikan sumber daya alam Indonesia terutama Kawasan Karst Maros – Pangkep yang merupakan penopang kehidupan manusia sehingga dapat terjaga konsistensi dan keberlangsungan konservasi alam di Indonesia..

Tujuan dari perancangan Kampanye Sosial Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik dengan tagline “**Jaga Karst Jaga Kehidupan**” adalah untuk menambahkan kesadaran dan mengajak *target audience* agar dapat mengetahui dampak dan kerugian yang ditimbulkan dari eksploitasi kawasan karst, karena tanpa adanya kawasan karst akan sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat luas serta keseimbangan alam maupun potensi kerugian ekonomi Indonesia.

Selain sebagai media edukasi publik, tujuan dari Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep adalah untuk membangun kesadaran masyarakat agar dapat turut serta secara aktif menjaga kawasan karst dan melestarikannya agar fungsi serta potensial kawasan karst dapat turut dinikmati oleh generasi-generasi mendatang nanti.

Jika dilihat dari nilai ekonomi, kawasan karst dapat mendatangkan suatu keuntungan yang signifikan untuk dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama dikelola dengan baik,

sejalan dengan konsep pelestarian kawasan karst yang mengajarkan kepada kita tentang bagaimana seharusnya kita memiliki etika untuk berinteraksi dengan lingkungan hidup.

Perancangan logo dan media promosi ini diharapkan dapat menjadi titik awal untuk membangun kesadaran publik serta sumber inspirasi agar lebih memahami permasalahan lingkungan hidup khususnya kawasan karst serta dapat ikut serta secara aktif dalam menjaga dan melestarikan alam secara berkelanjutan dan berkesinambungan.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan langkah-langkah untuk menjawab tujuan perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik ini sebagai suatu solusi pemecahan masalah untuk membangun kesadaran akan pentingnya menjaga dan melestarikan alam serta lingkungan hidup.

Perumusan strategi komunikasi dilakukan dalam dua tahap yaitu, jangka pendek dan jangka panjang :

- a. Tujuan jangka pendek, sebagai media edukasi publik tentang pentingnya kawasan karst sebagai penopang kehidupan manusia, khususnya bagi kalangan generasi milenial.
- b. Tujuan jangka panjang, membangun rasa ketertarikan, kepedulian dan kecintaan serta pentingnya melestarikan kawasan karst sebagai harta kekayaan alam dan warisan Indonesia yang harus dijaga

secara konsisten dan berkesinambungan untuk generasi mendatang.

Fokus utama dari strategi komunikasi adalah agar *target audience* spesifik dapat merasakan, melihat serta mengenal secara lebih mendalam tentang kawasan karst berdasarkan fungsi dan kegunaannya dalam kehidupan manusia sebagai salah satu cara untuk menumbuhkan rasa ketertarikan untuk pelestarian lingkungan hidup terutama kawasan karst. Strategi pendekatan komunikasi dilakukan melalui pendekatan emosional dalam bentuk komposisi *visual*, serta pendekatan rasional berisi informasi menarik tentang kawasan karst dan kehidupan manusia. Perancangan komunikasi visual yang efektif dilakukan melalui penggunaan *headline* dan *tagline* yang mudah dipahami oleh *target audience* spesifik. Strategi perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik ini, peneliti mempergunakan *headline* yang dipergunakan dari *tagline* sebagai konsistensi pesan komunikasi dan bersifat secara langsung dalam penyampaian pesan komunikasi (*directive*) yaitu “**Jaga Karst Jaga Kehidupan**”, merupakan pesan komunikasi dalam bentuk media komunikasi dan informasi pada *target audience* dan masyarakat umum akan pentingnya nilai serta keberhargaan dari kawasan karst dalam lingkungan hidup dan kehidupan manusia dan menciptakan suatu sisi apresiatif dari *target audience* bahwa kawasan karst merupakan hal yg sangat esensial dalam menopang kehidupan manusia dan lingkungan hidup untuk

keberlangsungan kehidupan generasi pada masa mendatang sehingga dapat menciptakan suatu bentuk konsistensi ketertarikan pada generasi mendatang untuk turut serta secara aktif dalam menjaga serta melestarikan kawasan karst.

Keyword

Keyword dalam perancangan Kampanye Sosial Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep adalah “**Jaga Karst Jaga Kehidupan**”, sebagai suatu media edukasi publik bagi *target audience* tentang pentingnya kawasan karst dalam kehidupan manusia. Implementasi *keyword* ini dilakukan melalui suatu bentuk komposisi visual yang kreatif, unik dan menarik sehingga dapat merubah pola pikir (*mindset*) dan gaya hidup *target audience* agar menjadi masyarakat yang peduli akan pentingnya pelestarian lingkungan hidup terutama kawasan karst.

Key Visual

Key visual merupakan keseluruhan elemen untuk menciptakan keseimbangan dan kesatuan dalam menciptakan suatu desain dari seluruh perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik sehingga dapat lebih efektif dan fungsional dalam menciptakan suatu daya tarik tersendiri. Sesuai dengan *target audience* yang dituju, yaitu masyarakat umum kota Jakarta dengan rentang usia 18-30 tahun, untuk itu dalam setiap desain Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik akan dibuat dengan konsep *modern*, *simple*, dan *fun*. Adapun implementasi visual dengan mempergunakan ilustrasi yang menggambarkan

sebab-akibat dari tidak mencintai dan melestarikan lingkungan hidup terutama kawasan karst dalam keberlangsungan kehidupan pada masa depan, serta penyesuaian dalam komposisi *body copy* sebagai inti utama pesan dan informasi detail sebagai unsur pelengkap bagi *target audience* terhadap Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik, poster tematik yang telah dirancang akan ditampilkan pada *Instagram story*. Kekuatan perancangan desain melalui pemilihan tipografi yang *fun* dan dinamis dengan suatu komposisi *layout* yang sederhana, untuk mempermudah pemahaman *target audience* akan informasi yang disampaikan.

Warna

Sebagai elemen desain utama yang memiliki fungsi untuk menarik perhatian *target audience* secara psikologis sehingga komposisi warna harus dapat dilakukan dengan tepat serta memperhitungkan efek-efek psikologis yang dimiliki oleh setiap warna sehingga dapat dengan mudah diterima oleh *target audience* spesifik. Komposisi warna yang dipergunakan terbagi menjadi dua klasifikasi warna yaitu warna yang dipergunakan dalam perancangan *logo* serta konsistensi komposisi warna dalam penerapan pada setiap media promosi sebagai satu kesatuan utuh dalam perancangan.

Penggunaan warna dalam perancangan logo Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik pada dasarnya merupakan perpaduan dari gradasi warna biru dan coklat. Warna biru tersebut

merupakan representasi dari sumber air yang ada pada kawasan karst. Sedangkan warna coklat merupakan representasi dari warna tanah kawasan karst yang merupakan bagian dari tanah air Indonesia.

Konsistensi warna dalam setiap media promosi diciptakan untuk memberikan kesan *simple* bagi *target audience*. Penerapan ini dilakukan agar *target audience* tidak menjadi ambigu dengan perbedaan tampilan komposisi warna pada setiap desain media Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik serta sebagai suatu kesinambungan dan konsistensi antara setiap media promosi yang akan dirancang.

5. Kampanye

Kampanye merupakan suatu proses komunikasi yang terintegrasi satu sama lain dengan tujuan menciptakan efek tertentu dalam suatu kelompok khalayak yang dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan dalam kurun waktu tertentu (Rogers dan Storey dalam Venus 2018:9). Sedangkan menurut Snyder (dalam Ruslan, 2021:23) kampanye komunikasi merupakan suatu rangkaian kegiatan komunikasi yang terintegrasi dengan baik, dan secara langsung ditujukan untuk khalayak tertentu, dalam suatu periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kampanye merupakan suatu tindak komunikasi yang terencana dan terorganisasi dengan baik, dengan sasaran khalayak yang luas dan besar melalui proses

persuasi, dilakukan dalam rentang waktu tertentu dengan orientasi mencapai tujuan tertentu. Untuk melaksanakan kampanye dibutuhkan media agar tujuan dapat dicapai semaksimal mungkin. Selain itu kampanye merupakan kegiatan untuk membujuk.

Sebagai kegiatan yang membujuk maka dalam pandangan Ruslan (2021:27) kampanye berlangsung melalui berbagai tahapan-tahapan, yaitu dimulai dari menarik perhatian, tema kampanye digencarkan, memotivasi, dan mendorong untuk bertindak, serta partisipasi khalayak sasaran melakukan tindakan nyata. Untuk mencapai pada tindakan persuasif maka kegiatan komunikasi dikenal istilah 'AA procedure, from attention to action' atau dikenal model AIDDA. Model AIDDA dioperasionalkan oleh Ruslan (2021:39): A (*attention*) menarik minat, I (*interest*) membangkitkan minat, D (*desire*) menumbuhkan hasrat, D (*decision*) membuat keputusan, dan A (*action*) melakukan penggiatan.

Media Kampanye

Berdasarkan konsep perancangan Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros – Pangkep Sebagai Media Edukasi Publik beserta tahapan proses dalam pengembangan maupun pada tahap penyempurnaan konsep perancangan dapat diciptakan suatu rangkaian Poster Tematik sebagai media edukasi sebagai berikut,



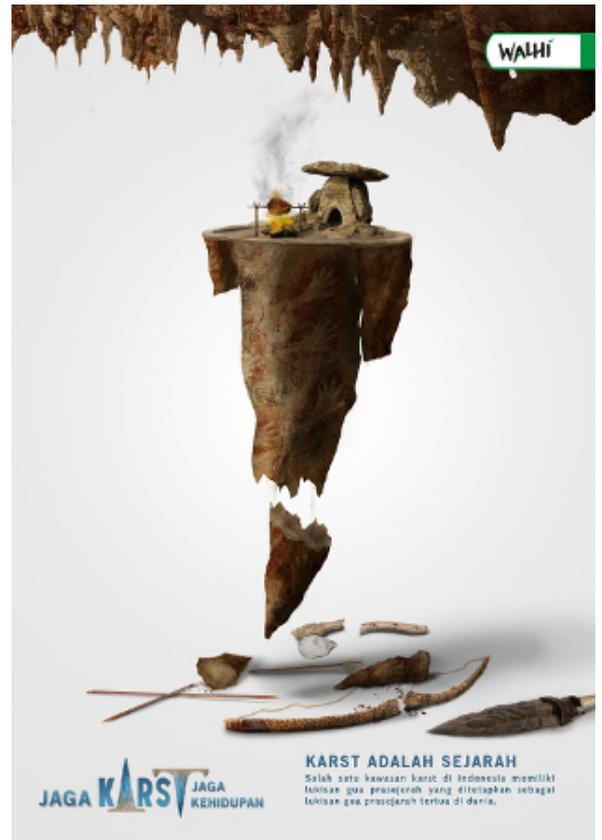
Gambar 1
Poster Tematik (Sumber Daya Air)

Salah satu dari rangkaian poster tematik ini merepresentasikan tentang dampak yang akan terjadi melalui penghancuran kawasan karst terutama sumber daya air yang sangat penting sebagai penopang keberlangsungan kehidupan baik bagi lingkungan hidup maupun manusia.



Gambar 2
Poster Tematik (Sumber Daya Alam)

Poster tematik ini merupakan representasi visual tentang dampak perusakan dari kawasan karst terhadap keberlangsungan kehidupan dan lingkungan terutama bagi keberagaman jenis flora dan fauna yang hidup dan bertumbuh dalam kawasan bentang alam karst.



Gambar 3
Poster Tematik (Gua Pra Sejarah)

Poster tematik ini merupakan representasi tentang dampak dari kerusakan kawasan karst, yaitu sejarah yang ditinggalkan sejak zaman prasejarah.



Gambar 3
Ambient Media (On Street Hand Washing Public Facility)
Stalagmite on the street ini merupakan salah

satu desain *ambient media* yang menampilkan fungsi-fungsi alami yang ada pada kawasan karst salah satunya adalah karst sebagai sumber daya air. Visualisasi diatas adalah tempat cuci tangan yang dibuat seperti bentuk stalagmit dan stalaktit yang berperan penting sebagai penghasil sumber air itu sendiri.



Gambar 7
Information Panel (Touchscreen Infographic)

Touhcscreen Infographic ini merupakan media yang menampilkan informasi secara detail dengan didukung oleh tampilan visual yang menarik tentang keunikan detail kawasan karst serta letak geografis kawasan karst di indonesia dan dampak dari kerusakan kawasan karst. *Touhcscreen Infographic* mempergunakan media layar *LED touchscreen* dan akan diletakkan dalam suatu lokasi *indoor* yang merupakan ruang publik

yang banyak dilalui orang-orang seperti stasiun kereta, mal dan sebagainya.

6. Kesimpulan

Berdasarkan pada fakta dan realita yang ada pelestarian Kawasan Karst Maros - Pangkep adalah merupakan suatu keharusan demi menjaga kesinambungan lingkungan hidup terutama untuk generasi mendatang. Untuk mencapai tujuan penelitian itu terutama dalam menyampaikan pesan komunikasi yang efektif dan efisien melalui model AIDDA, maka peneliti memanfaatkan penggunaan serta perkembangan teknologi yang sangat maju saat ini dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia tidak lepas dari pengaruh teknologi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya *gadget*.

Faktor utama dalam kemudahan penyampaian informasi adalah melalui internet yang semakin meniadakan ruang waktu sehingga menjadi suatu saluran komunikasi yang paling efektif sebagai media edukasi publik dalam Kampanye Pelestarian Kawasan Karst Maros - Pangkep dan merupakan suatu langkah awal yang terbaik terutama untuk membangun ketertarikan dan minat dalam pola pikir (*mindset*) masyarakat Indonesia terutama kalangan generasi milenial untuk dapat berperan secara aktif dalam menjaga serta melestarikan lingkungan hidup terutama kawasan karst.

Daftar pustaka

Becker, Katja.M., Podobinski, Stephanie. (2010), *Graphic Design: Next generation: PageOne*

- Publisher.
- Bryony, Gomez-Palacio., Vit, Armin., (2009), *Graphic Design Referenced: A Visual Guide To The Language, Application, And History Of Graphic Design*, Rockport Publisher.
- Fishbein, M., & Ajzen, M. (1975), *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Iwasaka, Mika. (2015), *Beyond the Displays: Phenomenal Art and Design in the 21st Century*: Kouichi Yabuuchi.
- Kazuhiko, Fujii. (2012), *Display, Commercial Space and Sign Design*: Rikuyosha Publisher.
- Keraf, Sonny A. 2010. *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta : PT. Kompas Media Nusantara
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Mine. (2006), *Color Harmony: Logos*, Page One Publishing.
- Kazuhiko, Fujii. (2012), *Display, Commercial Space and Sign Design*: Rikuyosha Publisher.
- Rendgen, Sandra., Wurman, Saul. Richard, Rogers, Simon., Ciuccarelli, Paolo. (213), *Information Graphics*: Taschen Publisher
- Ruslan, Rosady, (2021) *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Rajagrafindo Persada, Depok.
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Screven, C. (1986), *Exhibitions and information centers, some principles and approaches*, Curator, Vol. 29 No. 2.
- Venus, Antar, (2019) *Manajemen Kampanye*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Website

“Ekosistem Karst Sulawesi Selatan Terancam”
Diakses dari

<http://www.mongabay.co.id/2013/11/26/ekosistem-karst-sulsel-makin-terancam/> pada tanggal 6 Juni 2022

“Selamatkan Karst Indonesia Dari Pertambangan Pabrik Semen”

Diakses dari
<https://www.jatam.org/2017/02/24/selamatkan-karst-indonesia-dari-tambang-dan-pabrik-semen-2/> pada tanggal 17 Juni 2022