

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Populasi hewan peliharaan di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Berdasarkan data Euromonitor yang dikutip oleh Kompas pada tahun 2022, jumlah kucing peliharaan di Indonesia mencapai 4,80 juta ekor. Angka tersebut mengalami kenaikan yang cukup besar dibandingkan tahun 2016 yang hanya sekitar 2,15 juta ekor. Selain itu, populasi anjing peliharaan di Indonesia juga tercatat mencapai 737.400 ekor pada periode yang sama.

Namun, peningkatan jumlah hewan peliharaan tersebut tidak selalu diiringi dengan peningkatan kesadaran terhadap kesehatan hewan. Sebagian besar pemilik hewan hanya berfokus pada kebutuhan dasar peliharaannya seperti pemberian pakan dan kebersihan, tetapi kurang memperhatikan aspek kesehatan seperti vaksinasi untuk mencegah penyakit pada hewan.

Berdasarkan data Kementerian Pertanian Republik Indonesia, cakupan vaksinasi rabies nasional pada tahun 2022 baru mencapai sekitar 30% (Kementerian Pertanian 2024). Angka ini jauh di bawah target yang ditetapkan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), yaitu minimal 70% untuk mencapai eliminasi rabies. Sementara cakupan vaksinasi rabies untuk Propinsi Sumatera Barat tahun 2022 sebanyak 8,69% dan tahun 2023 sebanyak 11,39%. Di Kota Payakumbuh sendiri dari total semua populasi anjing yakni 3.010 ekor pada tahun 2023 yang sudah divaksin melalui Puskesmas Dinas Pertanian adalah 10,1%. Kemudian di tahun 2024 dari total populasi anjing 2.902 ekor, yang sudah divaksin di Puskesmas Kota Payakumbuh sebanyak 271 ekor atau 9,3% dari

total populasi (sumber data Dinas Pertanian Kota Payakumbuh). Dan ini jauh dari target pemberantasan rabies yang memprogramkan vaksinasi pada minimal 70% populasi hewan penular rabies.

Rendahnya angka vaksinasi rabies di Kota Payakumbuh dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan akses layanan vaksinasi, masih kurangnya dorongan masyarakat untuk memanfaatkan layanan kesehatan hewan yang tersedia, serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya vaksinasi rabies. Penelitian *Analisis Kebijakan Vaksinasi Rabies Ditinjau dari Aspek Perspektif Masyarakat Pemilik Hewan di Kota Payakumbuh* menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk melakukan vaksinasi dipengaruhi oleh faktor persepsi individu, akses terhadap layanan, serta dorongan informasi yang diterima masyarakat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan vaksinasi rabies tidak hanya menjadi persoalan kesehatan hewan, tetapi juga persoalan komunikasi. Informasi edukasi mengenai vaksinasi rabies masih belum disampaikan secara maksimal serta belum dikembangkan melalui pendekatan komunikasi yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dibutuhkan strategi kampanye Public Relations yang mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya vaksinasi hewan peliharaan. Kampanye “Peduli Vaksinasi Rabies” dirancang sebagai upaya komunikasi yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi dan edukasi, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat untuk melakukan vaksinasi hewan secara langsung. Melalui pendekatan persuasif dan pemanfaatan media sosial, kampanye ini diharapkan dapat membangun pemahaman serta kepedulian masyarakat terhadap

kesehatan hewan dan pencegahan rabies.

Kampanye ini dilakukan melalui media berbasis digital, yakni instagram. Instagram dipilih sebagai media utama untuk kampanye “Peduli Vaksinasi Rabies” karena media Instagram memiliki keunggulan dalam menciptakan keterlibatan (engagement) antara penulis dengan audiens. Fitur seperti komentar, polling, dan sesi tanya jawab memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, sehingga masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat berinteraksi, bertanya, dan memberikan respon terhadap pesan yang disampaikan.

Sebagai bentuk implementasi dari kampanye “Peduli Vaksinasi Rabies”, kegiatan ini tidak hanya berhenti pada tahap penyampaian informasi dan peningkatan kesadaran, tetapi juga dilanjutkan dengan aksi nyata. Aksi tersebut diwujudkan melalui pemberian vaksin rabies secara gratis kepada 50 hewan peliharaan milik masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama dengan Diboli Pet Care sebagai mitra yang memiliki kompetensi dalam bidang perawatan dan kesehatan hewan. Kerja sama ini merupakan langkah strategis memastikan bahwa kegiatan vaksinasi dilakukan secara profesional, aman, dan sesuai dengan standar medis yang berlaku. Melalui dukungan tenaga ahli serta fasilitas yang dimiliki oleh Diboli Pet Care, pelaksanaan program vaksinasi diharapkan dapat berjalan dengan optimal sekaligus memberikan kepercayaan kepada masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Kampanye “Peduli Vaksinasi Rabies” dirancang untuk mendorong perubahan pada tiga tingkatan sekaligus. Pada level kognitif, kampanye ini bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat Kota Payakumbuh tentang bahaya penyakit zoonosis, manfaat vaksinasi hewan peliharaan. Pada level afektif, kampanye ini bertujuan membangun sikap

positif, kepedulian, dan rasa tanggung jawab masyarakat terhadap kesehatan hewan peliharaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial sebagai warga kota. Pada level konatif (behavioral), kampanye ini bertujuan meningkatkan angka partisipasi vaksinasi hewan peliharaan di Kota Payakumbuh.

1.2 Tujuan Kegiatan

1. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Payakumbuh terhadap pentingnya vaksin hewan peliharaan.
2. Untuk mengetahui peran strategi komunikasi dalam mendorong perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap vaksinasi hewan melalui kampanye sosial.

1.3 Manfaat Kegiatan

1. Manfaat Teoritis

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang Public Relations terkait perancangan kampanye sosial.

2. Manfaat Praktis

Tugas akhir ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh klinik hewan atau dinas terkait di Kota Payakumbuh sebagai media edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya vaksinasi hewan peliharaan.