

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki wilayah laut sangat luas, bahkan hampir dari 82% wilayahnya ialah laut. Dengan cakupan wilayah laut yang sangat luas, maka Indonesia pun diakui secara internasional sebagai Negara Maritim. Terdapat 17.840 pulau di Indonesia dengan garis pantai sepanjang 95.181 km (<http://metro.kompasiana.com/>). Dengan cakupan yang sedemikian besar dan luas, tentu saja laut Indonesia mengandung keanekaragaman sumberdaya alam laut yang potensial, baik hayati dan non-hayati yang tentunya memberikan nilai luar biasa pada sumber daya alam.

Salah satu sumberdaya alam laut yang potensial ialah ikan. Total potensi produksi lestari sumberdaya ikan laut Indonesia diperkirakan sebesar 6,4 juta ton per tahun. Potensi produksi lestari tersebut terdiri dari ikan pelagis besar, ikan pelagis kecil, ikan demersal, ikan karang, udang, lobster, dan cumi – cumi. (FAO's Code of Conduct for Responsible Fisheries, 1995). Sementara itu, tingkat pemanfaatannya pada tahun 2002 sebesar 4,07 juta ton atau 63,5% dari potensi produk lestari. (DKP, 2008).

Potensi Indonesia di dalam bidang kelautan merupakan aset besar yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Namun, masyarakat Indonesia belum dapat memaksimalkan aset yang telah dimilikinya. Hal itu dikarenakan oleh faktor – faktor yang belum dimiliki maupun dikuasai oleh masyarakat Indonesia. Salah satu faktor tersebut ialah faktor pendidikan. Pengetahuan mendasar mengenai perikanan seperti ‘jenis – jenis ikan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia’ pun nyatanya tidak dikuasai oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Oleh karena itu kampanye mencintai kekayaan laut Indonesia dapat dijadikan sebuah program dalam mengatasi hal – hal di atas. Kampanye ini mengajak masyarakat agar lebih tertarik dalam memperluas pengetahuan dan wawasan melalui kegiatan

rekreasi yang didukung oleh Seaworld Indonesia yang secara tidak langsung akan berimbas pada peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia, khususnya mengenai pendidikan dan pengetahuan perikanan dan kehidupan bawah laut di Indonesia.

Rendahnya rasa ketertarikan masyarakat Indonesia dalam memperluas pendidikan dan pengetahuan perikanan di Indonesia menjadi alasan begitu penting diadakannya kampanye ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Permasalahan yang kita temui di sini adalah kurangnya minat dan rasa ketertarikan masyarakat Indonesia dalam memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pendidikan dan pengetahuan perikanan dan kehidupan bawah laut di Indonesia. Apabila permasalahan ini berangsur – angsur terjadi maka generasi muda dan generasi yang akan datang tidak akan pernah menjadi masyarakat yang memiliki pengetahuan luas akan negaranya dan tidak dapat memaksimalkan seluruh aset yang dimiliki oleh negara dimana mereka tinggal, yaitu Negara Indonesia sebagai Negara Maritim.

Berdasarkan Latar Belakang di atas dapat disimpulkan suatu permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana meningkatkan minat dan rasa ketertarikan masyarakat Indonesia dalam memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pendidikan dan pengetahuan perikanan dan kehidupan bawah laut di Indonesia?
2. Bagaimana cara merancang kampanye yang efektif guna mengatasi permasalahan tersebut?

1.2.2 Ruang Lingkup Perancangan

Berdasarkan dari hasil pengambilan data riset, kampanye yang ada akan ditujukan pada seluruh masyarakat Indonesia.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas pendidikan dan pengetahuan masyarakat Indonesia dalam bidang perikanan dan kehidupan bawah laut di Indonesia.
2. Meningkatkan ketertarikan dan minat masyarakat Indonesia dalam mempelajari pendidikan perikanan dan kehidupan bawah laut di Indonesia.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berjumlah 100 lembar dan dibagikan kepada orang yang telah berkeluarga dan remaja yang tinggal di Kota Bandung.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari data lewat buku dan internet serta mengumpulkan data yang telah tersedia yang sesuai dengan topik yang dipilih dan diperlukan untuk memenuhi kelengkapan data.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab singkat dengan Manager dan Costumer Service dari Seaworld Indonesia, serta beberapa orang yang telah berkeluarga, remaja, dan guru dari taman kanak – kanak tertentu. Wawancara dilakukan juga kepada beberapa pengunjung Seaworld Indonesia yang berasal dari berbagai kota di Indonesia.

4. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke Seaworld Indonesia di Ancol, Jakarta untuk mengamati langsung seluruh aktifitas di sana.

1.5 Skema Perancangan

