

## **Audit Public Relations Program Gerakan Hari Primata Profauna Indonesia 2018**

(Studi Deskriptif Analitis PII Model pada PROFAUNA Jawa Barat)  
Public Relations Audit Program 2018 Profauna Indonesia Primate Movement Program  
(Analytical Descriptive Study of PII Models at PROFAUNA West Java)

<sup>1</sup>Millatina Alfafa Qonitia, <sup>2</sup>Neni Yulianita

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>alfafamillatina@gmail.com, <sup>2</sup>yulianita.neni@gmail.com*

**Abstract.** This research conducted under the title “Public Relation Audit of Indonesia Primata Profauna Days Movement Program 2018” The purpose of this research is to study and analyze preparation step, implementation step and the impact on Indonesia Primata Profauna Days Movement Program 2018. Research methods used is quantitative research with the descriptive analysis approach. This research is using the PII evaluation model in the process of Indonesia Primata Profauna Days Movement Program 2018 audit. Data collections used is interviewed, observation and literature study. The result shown that in the preparation step, adequacy of information can be clearly identified, the strategic plan is already corresponding to the purpose of the vent and the quality of message presentation is also different with others PROFAUNA events held in another region. In implementation step, there is decreasing in events held in the region because of the internal problem arise with the central PROFAUNA, but the message still able to be delivered well and collaboration with various media masses is held properly. Furthermore, in impact step, researchers found that there is shifting or changing felt by people where people are having awareness toward primate.

**Keyword:** PR Audit, Public Relations, Primate Days Movement Program.

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul “Audit Public Relations Program Gerakan Hari Primata Profauna Indonesia 2018”. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis tahap persiapan (preparation), tahap pelaksanaan (implementation), hingga dampak (impact) dalam Program Gerakan Hari Primata Profauna. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Penelitian ini menggunakan model evaluasi PII dalam mengaudit program Gerakan Hari Primata. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui wawancara, studi kepustakaan dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap persiapan (preparation), kecukupan informasi dapat diketahui dengan jelas, perencanaan strategis sudah sesuai dengan tujuan diadakannya program dan kualitas mempresentasikan pesan pun berbeda dengan yang biasa dilakukan oleh PROFAUNA di daerah lain. Pada tahap pelaksanaan (implementation), kegiatan yang dilaksanakan setiap tahunnya semakin menurun dikarenakan adanya masalah internal dengan PROFAUNA Pusat namun pesan dapat disampaikan dengan baik dan kerjasama dengan berbagai media massa sudah bagus. Selanjutnya pada tahap dampak (impact), sudah ada perubahan yang dirasakan dimana orang-orang mulai aware terhadap primata padahal sebelumnya orang-orang kurang aware terhadap primata.

**Kata Kunci:** Audit PR, Public Relations, Program Gerakan Hari Primata.

### **A. Pendahuluan**

Audit komunikasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa proses-proses komunikasi bagaimanapun dapat diperiksa, dievaluasi, dan diukur secara cermat dan sistematis sebagaimana halnya dengan catatan-catatan keuangan. Kegiatan-kegiatan komunikasi sebagai pelaksanaan dari sistem komunikasi ataupun program komunikasi khusus pada hakikatnya dapat diukur, sehingga kualitas dan kinerja orang-orang yang terlibat dalam program komunikasi tersebut dapat diketahui dan bila diperlukan dapat diperbaiki secara sistematis. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas maupun efisiensi komunikasi.

Dalam prosesnya, audit memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi terutama *public relations*. Dalam Audit PR dipelajari secara detail bagaimana, apa,

dan kepada siapa perusahaan/organisasi melakukan kegiatan Public Relations agar dapat menciptakan pemahaman kepada publiknya sehingga diharapkan dampak dari kegiatan audit pr ini mampu menjadi dasar untuk memutuskan perubahan apa yang perlu dilakukan di masa yang akan datang.

Pada penelitian ini peneliti melakukan audit *public relations* terhadap program Gerakan Hari Primata Indonesia dengan menggunakan PII Model. PII Model sendiri dimaksudkan untuk menggali pelaksanaan program public relations, mulai dari tahap persiapan (*preparation*), pelaksanaan (*implementation*), hingga dampak (*impact*). *Preparation evaluation*, menilai kualitas dan kecukupan informasi dan perencanaan strategis. *Evaluasi tahap ini* mencakup penilaian atas kecukupan informasi dasar yang menjadi latar belakang perencanaan program, ketepatan isi pesan dan aktivitas, kualitas presentasi pesan dan aktivitas. *Implementation evaluation*, mendokumentasikan kecukupan taktik dan upaya. Hal yang tercakup dalam tahapan evaluasi ini adalah jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang dirancang, jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diterapkan, jumlah yang menerima pesan dan aktivitas, jumlah yang mendengar pesan dan mengikuti aktivitas. *Impact evaluation*, memberi umpan balik atas konsekuensi-konsekuensi program. Langkah dalam tahap evaluasi ini ialah mengukur jumlah yang memelajari isi pesan, jumlah yang mengubah opini, jumlah yang mengubah sikap, jumlah yang berperilaku sebagaimana dikehendaki, jumlah yang mengulangi perilaku, serta perubahan sosial dan budaya.

Gerakan Hari Primata Indonesia merupakan sebuah program yang diinisiasi oleh organisasi non profit PROFAUNA (*Protecting Forest and Wildlife*) Indonesia. Berbicara mengenai Gerakan Hari Primata, gerakan ini bermula pada tahun 2014 sebagai bentuk keprihatinan atas primata yang kerap kali dieksploitasi dalam bentuk perdagangan, hiburan, dan dipelihara secara illegal serta bertentangan dengan aspek kesejahteraan satwa. Gerakan yang pada awalnya diinisiasi Profauna Indonesia itu kemudian terus berkembang hingga pada 30 Januari diperingati sebagai Hari Primata Indonesia oleh sejumlah sekolah, komunitas, aktivis peduli-pemerhati satwa dan akademisi.

PROFAUNA Indonesia mengembangkan herakan Hari Primata Indonesia ini melalui berbagai kegiatan. Bentuk kegiatan Hari Primata Indonesia bermacam-macam mulai dari edukasi, kampanye publik dan lain-lain. Semua kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela dan mandiri oleh berbagai individu dan komunitas mulai dari pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, komunitas hobi, hingga seniman.

Maka, berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengaudit salah satu program PROFAUNA dengan judul “Audit Public Relations Program Gerakan Hari Primata Profauna Indonesia 2018”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Audit Public Relations Program Gerakan Hari Primata Profauna Indonesia 2018?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengkaji dan menganalisis persiapan (*preparation*) Gerakan Hari Primata Indonesia.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis pelaksanaan (*implementation*) Gerakan Hari Primata Indonesia.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis dampak (*impact*) Gerakan Hari Primata Indonesia.

## B. Landasan Teori

Definisi baku audit yang dibuat oleh *American Accounting Association* (dalam Hardjana,2000) berbunyi sebagai berikut.

Proses sistematis dalam perolehan dan penilaian secara objektif atas bukti-bukti berkenaan dengan pertanyaan tentang tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa ekonomi untuk menentukan tingkat kecocokan antara pernyataan tersebut dengan kriteria-kriteria baku, serta pengkomunikasian hasil-hasilnya kepada pihak-pihak pengguna yang berkepentingan.

Dari definisi baku di atas dapat dicatat beberapa hal penting: *pertama, audit adalah sebuah proses yang sistematis*, artinya auditor memeriksa dan menguji data yang ada secara terencana, teratur, dan metodologis; *kedua, audit adalah perolehan dan penilaian secara objektif atas bukti-bukti*, artinya audit merupakan sebuah penelitian atau pemeriksaan empiris yang independen; *ketiga, audit adalah penentuan tingkat kecocokan antara pernyataan dengan kriteria-kriteria yang mapan*, artinya audit merupakan wujud dari penentuan atau penilaian profesional dengan kriteria yang sudah baku; dan *keempat, audit dilengkapi dengan pengkomunikasian hasil-hasilnya kepada semua pihak pengguna yang berkepentingan* yang berarti bahwa hasil evaluasi itu menjadi terbuka bagi pihak-pihak yang seharusnya mengetahuinya.

Berbicara mengenai audit, Sanyoto (2007 : 34) mengungkapkan bahwa audit adalah suatu investigasi yang bebas yang dilakukan untuk berbagai kegiatan tertentu. Sedangkan menurut J.C Seidel (dalam Rudy, 2005:77) bahwa pada prinsipnya public relations menekankan pada “menciptakan goodwill dengan melakukan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri”.

Hal ini menunjukkan bahwa public relations memang membutuhkan analisis terhadap diri sendiri , dan mengemukakan pernyataan-pernyataan pada publik, tentunya dengan solusi atas suatu masalah yang terjadi pada perusahaan tersebut. Hal tersebut selaras dengan audit pr yang memang membutuhkan analisis agar nantinya hasil dari analisis tersebut akan meningkatkan kinerja perusahaan/organisasi.

Selanjutnya berbicara mengenai definisi public relations maka menurut Yulianita (2012:22) pengertian Public Relations secara harfiah adalah gabungan dari buah kata yaitu:

**Public:** yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dengan kata “Publik” namun prinsip pengertian publik yaitu salah satu kelompok dalam masyarakat dimana didalam masyarakat yang sifatnya heterogen terdapat sekelompok orang yang sifatnya homogen. Yang homogen inilah yang dapat dikategorikan sebagai “Publik”.

**Relations:** diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah “hubungan-hubungan” dalam arti menyangkut banyak hubungan.

Menurut Carl Byoir & Rekan (dalam Ruslan,2010), bahwa Audit Kehumasan adalah:

*The Public Relations Audit, as the name implies, involves a comprehensive study of the public relations position of an organization: How it stands in the opinion of various publics.*

Berbicara mengenai audit public relations maka menurut Carl Byoir & Rekan (dalam Ruslan,2010), bahwa Audit Kehumasan adalah:

*The Public Relations Audit, as the name implies, involves a comprehensive study of the public relations position of an organization: How it stands in the opinion of various publics.*

Audit PR, yang dinyatakan secara tidak langsung dan keterlibatannya dalam kajian posisi secara komprehensif pada suatu organisasi: Bagaimana kaitannya dalam

menghadapi berbagai macam opini publik.

Audit PR, yang dinyatakan secara tidak langsung dan keterlibatannya dalam kajian posisi secara komprehensif pada suatu organisasi: Bagaimana kaitannya dalam menghadapi berbagai macam opini publik.

Menurut Hardjana (2000:16) secara umum tujuan audit pr adalah untuk mengetahui posisi humas dalam suatu organisasi secara komprehensif sehingga dapat dirancang kegiatan-kegiatan humas selanjutnya. Tujuan pokok dari Audit Public Relations adalah untuk meningkatkan efektifitas system komunikasi organisasi. Berikut delapan tujuan pokok audit pr:

1. Menentukan Lokasi dimana kelebihan muatan ataupun kekurangan muatan terjadi berkaitan dengan topik-topik, sumber-sumber, dan saluran-saluran komunikasi tertentu.
2. Menilai kualitas informasi yang dikomunikasikan oleh dan atau kepada sumber-sumber informasi.
3. Mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi, secara khusus mengukur sejauh mana kepercayaan antar pribadi, dukungan, keramahan, dan kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan dilaksanakan.
4. Mengenali jaringan-jaringan yang aktif operasional untuk desas-desus, pesan-pesan social, dan pesan-pesan kedinasan kemudian dibandingkan dengan jaringan komunikasi resmi atau jaringan yang dibentuk sesuai dengan bagan organisasi.
5. Mengenali sumber-sumber kemacetan arus informasi dan para penyaring informasi dengan membandingkan peran-peran komunikasi dalam praktek, seperti penyendiri, penghubung, anggota-anggota kelompok, dengan peran-peran yang seharusnya sebagaimana diharapkan oleh bagan organisasi dan uraian tugas.
6. Mengenali kategori-kategori dan contoh-contoh tentang pengalaman-pengalaman dan peristiwa-peristiwa komunikasi yang tergolong positif ataupun yang tergolong negative.
7. Menggambarkan pola-pola komunikasi yang terjadi pada tingkat pribadi, kelompok, dan organisasi dalam berkaitannya dengan topik, sumber, saluran, frekuensi, jangka waktu, dan kualitas interaksi.
8. Memberikan rekomendasi-rekomendasi tentang perubahan ataupun perbaikan yang perlu dilakukan berkaitan dengan sikap, perilaku, praktek-praktek kebiasaan, dan keterampilan yang didasarkan atas hasil analisis audit komunikasi.

Setelah mengetahui tujuan dari audit public relations maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari audit public relations komunikasi adalah untuk menemukan dan menyingkap segala gangguan dan hambatan komunikasi, kemacetan-kemacetan arus informasi, serta menganalisis peristiwa-peristiwa komunikasi yang tergolong positif maupun yang negatif untuk memberikan rekomendasi demi mencapai efektifitas.

Menurut Hardjana (2000:166) prosedur pelaksanaan audit pr pada dasarnya terdiri dari empat tahapan pokok, yakni:

1. Menemukan apa yang “kita” perkirakan,
2. Menemukan apa yang “mereka” perkirakan,
3. Mengevaluasi segala perbedaan,
4. Membuat sejumlah rekomendasi

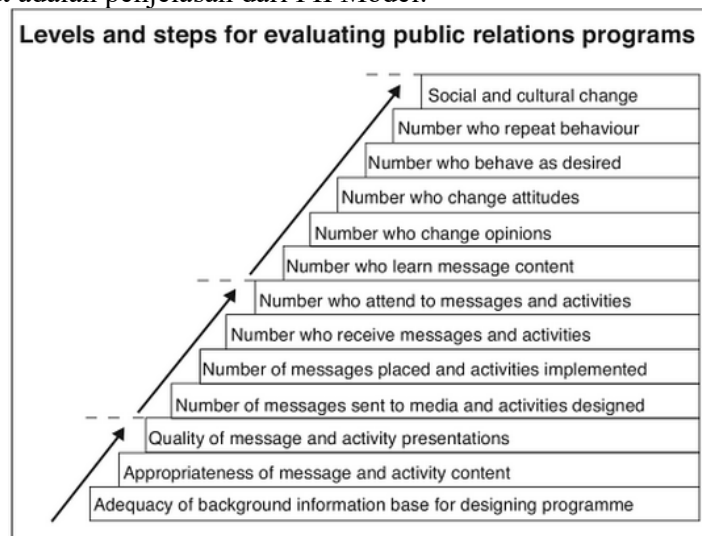
Berdasarkan pengertian diatas, yang dimaksud apa yang “kita pikirkan” disini adalah capaian ideal yang telah ditetapkan atau yang menjadi tujuan suatu

organisasi/instansi/perusahaan.

Kedua, maksud “mereka” disini adalah semua stakeholder, baik itu publik internal maupun publik eksternal dari suatu organisasi/instansi/perusahaan yang diaudit. Ketiga, mengevaluasi segala perbedaan disini memiliki pengertian untuk melihat keberhasilan kegiatan yang sudah dilaksanakan. Caranya dengan membandingkan apa yang perusahaan pikirkan dengan apa yang “mereka” pikirkan, lalu memberikan rekomendasi terbaik.

Selanjutnya peneliti akan menjelaskan program yang diteliti dalam penelitian yaitu Program Gerakan Hari Primata. Program Gerakan Hari Primata merupakan suatu program yang dicanangkan dan dilaksanakan oleh Protection of Forest & Fauna (PROFAUNA) Indonesia. Bentuk kegiatan pada hari primata terdiri kampanye publik (demo damai) dengan membawa baner dan poster tema pelestarian primata Indonesia dan Edukasi, dengan berkunjung ke sekolah atau kampus untuk sosialisasi tentang pelestarian primata Indonesia. Semua kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela dan mandiri oleh berbagai individu dan komunitas mulai dari pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, komunitas hobi, hingga seniman. (Protecting Forest&Wildlife. 2003-2018. Yuk-Ikut-Partisipasi-Hari-Primata-Indonesia-2018. <https://www.profauna.net/id>. Web. 5 April 2018).

Menurut Macnamara (2002: 15-23) bentuk mengevaluasi kinerja Public Relations sangat beragam. Salah satunya adalah kumpulan tahapan evaluasi kinerja Public Relations menurut Cutlip-Center-Broom, PII Model (*plan, implement and impact*). Berikut adalah penjelasan dari PII Model:



**Gambar 1.** PII Model

Riset dalam model ini dimaksudkan untuk menggali pelaksanaan program public relations, mulai dari tahap persiapan (*preparation*), pelaksanaan (*implementation*), hingga dampak (*impact*).

- *Preparation evaluation*, kecukupan informasi, perencanaan strategis dan menilai kualitas. Evaluasi tahap ini mencakup penilaian atas kecukupan informasi dasar yang menjadi latar belakang perencanaan program, ketepatan isi pesan dan aktivitas, kualitas presentasi pesan dan aktivitas.
- *Implementation evaluation*, mendokumentasikan kecukupan taktik dan upaya. Hal yang tercakup dalam tahapan evaluasi ini adalah jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang dirancang, jumlah pesan yang

ditempatkan dan aktivitas yang diterapkan, jumlah yang menerima pesan dan aktivitas, jumlah yang mendengar pesan dan mengikuti aktivitas.

- *Impact evaluation*, memberi umpan balik atas konsekuensi-konsekuensi program. Langkah dalam tahap evaluasi ini ialah mengukur jumlah yang mempelajari isi pesan, jumlah yang mengubah opini, jumlah yang mengubah sikap, jumlah yang berperilaku sebagaimana dikehendaki, jumlah yang mengulangi perilaku, serta perubahan sosial dan budaya.

Pada dasarnya audit merupakan pemeriksaan, dalam arti luas bermakna evaluasi terhadap suatu organisasi, sistem, proses, atau produk. Pada kesempatan ini peneliti akan mengaudit program yang diadakan PROFAUNA yaitu Gerakan Hari Primata. Gerakan tersebut bertujuan untuk melindungi hewan-hewan yang tidak diberi kebebasan dan bahkan hampir punah. Sebagai makhluk yang derajatnya lebih tinggi dari makhluk lain sudah sepatutnya kita harus mampu menjadi pemimpin baik itu bagi hewan maupun makhluk lainnya. Seperti tertera pada Q.S Al-Baqarah ayat 30 yang berbunyi:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".

Ayat diatas menjelaskan bahwa seharusnya bagi kita umat Muslim sekaligus manusia sebagai makhluk yang diberikan akal untuk dapat berfikir, diwajibkan untuk memelihara Bumi dan menjaga keseimbangan alam di dalamnya. Termasuk juga dianjurkan untuk memberi makan dan minum kepada binatang dan menyayanginya dengan penuh keimanan, karena agama Islam juga mengajarkan kita untuk menjadi kaum penyayang binatang tumbuh-tumbuhan dan semua makhluk lainnya, Islam sebagai Rahmatan Lil'alamiin.

Islam tidak semata menganjurkan umatnya menyayangi binatang, tetapi juga memberi ancaman atau tepatnya sanksi yang cukup tegas.

“Dari Abdullah bin Umar bahwa Rasulullah bersabda, “Seorang wanita diadzab karena seekor kucing yang ia kurung hingga mati kelaparan. Maka dia masuk neraka karenanya. ‘Engkau tidak memberinya makan dan tidak pula engkau beri minum ketika engkau mengurungnya, dan tidak pula engkau membiarkannya agar dia makan binatang-binatang tanah.’” (HR. Bukhari).

Artinya, dibolehkan memelihara hewan, bahkan dengan cara mengurung sekalipun, asalkan terjamin makan dan minumannya, berikut kesehatannya. Dan, jika sampai melalaikan kewajiban tersebut, neraka sudah siap menanti sebagai bentuk adzab dari Allah Ta’ala. Oleh karena itu, jika di rumah ada binatang peliharaan, hendaknya diperlakukan dengan baik, jangan sampai lupa apalagi lalai untuk memberikan kasih sayang.

Sebab Rasulullah bersabda, “Barangsiapa menyayangi meskipun terhadap hewan sembelihan, niscaya Allah akan merahmatinya pada Hari Kiamat.” (HR.

Bukhari).

Berbicara mengenai audit, ternyata didalam Al-Qur'an sendiri sudah teridentifikasi sebagai suatu proses audit. Seperti dalam Q.S Al-Insyiqaq ayat 6-9 bahwasanya Allah akan menghisab setiap manusia di hari akhir. Bagi yang menerima cataran amalnya ditangan kanan, maka ia akan dihisab dengan mudah dan akan diberikan kebahagiaan.

Begitupun halnya tercatat dalam kitab suci pada surat Al-Infithar ayat 10-12. Sejatinya disisi manusia ada malaikat sebagai pencatat amal-amalnya di dunia. Entah itu amal baik maupun buruk. Mereka (para malaikat) ini mengetahui apa saja yang manusia lakukan. Catatan inilah yang akan menjadi penimbang seseorang di yaumul mizan.

Maka semoga melalui Gerakan Hari Primata, hewan-hewan yang terkekang dan yang punah bisa terselamatkan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada tahap persiapan (*preparation*), kecukupan informasi dapat diketahui dengan jelas, perencanaan strategis sudah sesuai dengan tujuan diadakannya program dan kualitas mempresentasikan pesan pun berbeda dengan yang biasa dilakukan oleh PROFAUNA di daerah lain.

Pada tahap pelaksanaan (*implementation*), kegiatan yang dilaksanakan setiap tahunnya semakin menurun dikarenakan adanya masalah internal dengan PROFAUNA Pusat namun pesan dapat disampaikan dengan baik dan kerjasama dengan berbagai media massa sudah bagus.

Selanjutnya pada tahap dampak (*impact*), sudah ada perubahan yang dirasakan dimana orang-orang mulai aware terhadap primata padahal sebelumnya orang-orang kurang aware terhadap primata.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Program Gerakan Hari Primata PROFAUNA Jawa Barat, maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

#### 1. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Pada tahap persiapan program Gerakan Hari Primata PROFAUNA Jawa Barat, kelengkapan informasi tentang latar belakang program sudah diketahui dan yang melatar belakangi program ini diadakan adalah berawal dari keprihatinan aktivitis PROFAUNA melihat banyaknya primata yang dieksploitasi, diperjual belikan, diburu, dan dipelihara di rumah. Selanjutnya ada kesesuaian isi pesan dengan aktivitas program dilihat dari aktivitas program yang didesain agar sesuai dengan tujuan diadakannya program Gerakan Hari Primata dan tujuan program pun selalu menyesuaikan dengan tema program yang berbeda setiap tahunnya dan dilihat kualitas dalam mempresentasikan isi pesan, PROFAUNA Jawa Barat mempunyai ciri khas tersendiri yaitu selalu melibatkan kolega-kolega dan selalu ada aksi teatrical dalam setiap aksinya.

#### 2. Tahap Pelaksanaan (*Implementation*)

Pada tahap pelaksanaan program Gerakan Hari Primata PROFAUNA Jawa Barat, kecukupan taktik dan upaya yang dilakukan dapat dilihat dari kerjasama yang dilakukan oleh PROFAUNA Jawa Barat dengan berbagai media seperti PR FM, MQTV, Pikiran Rakyat, dll dalam menyebarluaskan isi pesan Hari Primata. Namun dalam pelaksanaannya, PROFAUNA Jawa Barat tidak mengetahui jumlah orang yang memiliki ketertarikan kepada program Gerakan Hari Primata

dan juga aktivitas yang dilaksanakan oleh PROFAUNA Jawa Barat ketika Hari Primata terjadi peningkatan dan penurunan dimana pada tahun 2014-2016 aktivitas pada pelaksanaan Hari Primata meningkat dari yang awalnya hanya kampanye publik dan aksi teatral saja maka tahun-tahun berikutnya ditambah dengan edukasi ke sekolah-sekolah dan juga melakukan *tour* media ke kolega-kolega PROFAUNA Jawa Barat namun pada tahun 2017-2018 ini terjadi penurunan aktivitas dikarenakan adanya masalah internal dengan PROFAUNA Pusat.

### 3. Tahap Dampak (*Impact*)

Pada tahap dampak program Gerakan Hari Primata PROFAUNA Jawa Barat sudah ada perubahan yang dirasakan dimana orang-orang mulai *aware* terhadap primata padahal sebelumnya orang-orang kurang aware terhadap primata. Perubahan tersebut terlihat dari adanya laporan-laporan masuk ke PROFAUNA Jawa Barat tentang akun-akun sosial media yang terang-terangan memperdagangkan primata ataupun melaporkan orang di sekitarnya yang masih memelihara primata seperti seperti kukang, monyet ekor panjang, owa jawa dan lutung jawa. Namun dampak dari program Gerakan Hari Primata ini belum terlalu besar atau dapat dikatakan bahwa dampak dari program ini belum optimal.

## Daftar Pustaka

- Gondodiyoto, Sanyoto. (2007). *Audit Sistem Informasi & Pendekatan COBIT. Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hardjana, Andre. (2000). *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo.
- KBBI, 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/gerak> , [Diakses 5 Mei 2018].
- Malhotra, N.K.,(2009). *Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks
- Protecting Forest&Wildlife. (2003-2018). *Yuk-Ikut-Partisipasi-Hari-Primata-Indonesia-2018*. <https://www.profauna.net/id>. Web. 5 April 2018
- Rudy, T. May. (2005). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Silih Agung Wasesa dan Jim Macnamara. (2013). *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Suharto, Edi. (2008). *Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik*. Bandung:Alfabeta
- Yulianita, Neni. (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: P2U-LPPM UNISBA.