

• GALERI PRESTASI •

Inovasi Mahasiswa UK Petra di Ajang #IKOMOVEMENT

Manfaatkan Teknologi VR, Rasakan Sensasi Animal Abuse



Pengunjung stan kampanye They Are Worth Living saat mencoba Virtual Reality untuk merasakan efek dari kekerasan yang selama ini dilakukan pada hewan.

Kekerasan pada hewan masih sering terjadi. Khususnya pada anjing. Mulai kondisi kandang yang tak layak hingga kekerasan fisik yang dilakukan manusia pada hewan (animal abuse).

Oleh:

Diana Rahmatu Sholichah, Kota Surabaya

Hal itu diangkat Nastasya Rachel, mahasiswa Ilmu Komunikasi UK Petra dan timnya dalam kampanye isu sosial #IKOMOVEMENT yang diadakan di Atrium Radius Prawiro UK Petra, Selasa (21/5). Memanfaatkan teknologi Virtual Reality dan kandang manusia yang dibuat dari tali, Rachel mengungkapkan ingin membuat pengunjung stannya merasakan apa yang dirasakan hewan saat disakiti.

"Jadi mereka bisa melihat dan mendengar kesakitan hewan saat disiksa melalui VR. Kami juga membuat kandang seukuran manusia, agar bisa tahu bagaimana rasanya anjing-anjing itu di kandang yang kadang bisa jadi berukuran sempit dan tak layak, lanjutnya.

Kampanye yang dinamakan They Are Worth Living ini ingin menunjukkan bahwa hewan itu juga berhak

hidup, tak hanya hidup tetapi sehingga juga berhak untuk di sayangi.

Kampanye lain juga diusung Sherin Fongana (20) dan Felita Wibowo (21). Isu yang diusungpun terkait perpindahan bekas tempat makan di kantin. Dengan cara menumpuknya di tengah meja, sehingga memudahkan pekerjaan pelayan kantin.

"Kampanye kami lakukan dengan menempel stiker tumpuk di tengah di setiap meja kantin. Kami mengajak mahasiswa yang biasanya meremehkan pekerjaan membereskan tempat makan karena merasa sudah ada pelayan di kantin untuk lebih sadar diri," urai Sherin.

Kampanye mereka juga

mendapat respon baik dari pengelola kantin dan petugasnya. Karena dengan begitu kantin jadi lebih cepat dibersihkan saat makan siang. Sehingga mahasiswa bisa bergantian menggunakan meja kantin dengan nyaman.

Sementara itu, panitia pemeran Bramsetya Handi, mengatakan kegiatan pameran tersebut sebagai bentuk tugas dari media kampanye public relation. Mereka melakukan kampanye dengan mengambil 12 isu sosial. Kampanye ini dikemas apik oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UK Petra selama empat hari berturut-turut dan merupakan bagian dari mata kuliah Kampanye Relasi Publik par-mahasiswa semester 6. ■