

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	viii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Pemikiran	8
1. Instagram sebagai Media Kampanye Digital	8
2. Audiens	11
3. Resepsi	13
F. Kerangka Konsep	14
G. Metodologi Penelitian	15
1. Pendekatan penelitian	15
2. Metode penelitian	15
3. Subjek penelitian	16
4. Teknik pengumpulan data	17
5. Teknik analisis data	17

6. Limitasi penelitian	18
BAB II	19
A. Kesejahteraan Hewan di Indonesia	19
B. Instagram sebagai Media Kampanye Sosial	22
C. Audiens Instagram	26
D. Resepsi Audiens pada Media Sosial	29
BAB III	33
A. Tentang Koalisi Dog Meat Free Indonesia	33
B. Konten Akun Instagram @dogmeatfreeindonesia	35
C. Pengikut Akun @dogmeatfreeindonesia	38
D. Profil Informan	38
BAB IV	51
A. Kebiasaan Bermedia	51
B. Pemahaman terhadap kesejahteraan anjing	60
C. Pemahaman Informan terkait Kampanye Dog Meat Free Indonesia, dan Konten Unggahan Akun @dogmeatfreeindonesia di Instagram	71
D. Pembahasan Posisi Informan	80
BAB V	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar I.1 Bagan Encoding dan Decoding Hall	14
Gambar III.1 Akun Instagram Dog Meat Free Indonesia	36
Tabel IV.1 Media Habit	52
Gambar IV.1 Konten @dogmeatfreeindonesia yang menampilkan kekejaman	71
Gambar IV.2 Konten @dogmeatfreeindonesia yang menampilkan kekejaman	72
Gambar IV.3 Konten @dogmeatfreeindonesia berupa dukungan figur publik	73
Gambar IV.3 Konten @dogmeatfreeindonesia berupa dukungan figur publik	73
Gambar IV.3 Konten @dogmeatfreeindonesia unggahan pemberitaan media	74
Tabel IV.2 Pola Resepsi Awal terhadap Kesejahteraan Hewan	81
Tabel IV.3 Pola Resepsi pada Kampanye Dog Meat Free Indonesia	83
Tabel IV.4 Pemaknaan Informan	85