

## ABSTRAK

Studi ini menganalisis strategi gerakan *Dog Meat Free Indonesia* dalam mengadvokasi Indonesia bebas daging anjing. Hal ini diakibatkan oleh skala perdagangan daging anjing yang perlahan merambah menjadi sebuah industri dan mulai meluas ke beberapa daerah di Indonesia, meskipun anjing tidak pernah didefinisikan sebagai hewan pangan dan dianggap memiliki posisi yang khusus dalam relasinya dengan manusia. Maka dari itu, studi ini berusaha mengidentifikasi cara berpikir atau ide mengenai hak dan kesejahteraan hewan, aktor dan kepentingan yang tercakup dalam praktik industri daging anjing, serta menjelaskan strategi gerakan *Dog Meat Free Indonesia* dalam mengadvokasikan Indonesia bebas daging anjing.

Analisis strategi gerakan tersebut menggunakan teori strategi advokasi kebijakan Topatimasang yang mencakup analisis terhadap isi, tata-laksana dan budaya hukum. Kemudian, studi ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur serta media sebagai data sekunder.

Dalam dimensi budaya hukum, ditemukan bahwa upaya yang dilakukan oleh gerakan untuk menggalang dukungan massa adalah melalui kampanye yang diimplementasikan dengan berbagai cara seperti aksi turun ke jalan, pembuatan petisi *online* dan keterlibatan artis, media dan ORNOP internasional. Namun demikian, cara-cara tersebut juga dapat dipandang sebagai upaya untuk mendesak pemerintah sebagai bukti bahwa keresahan atas fenomena ini adalah milik publik secara umum. Terakhir, dimensi isi hukum menganalisis sikap pemerintah pusat dan daerah dalam merespon perdagangan daging anjing serta tuntutan gerakan yang dimanifestasikan dalam kebijakan: lisan maupun tulisan.

Studi ini menyimpulkan bahwa konten kampanye yang diangkat oleh koalisi DMFI masih belum dapat memersuasi golongan para konsumen itu sendiri. Kemudian, gerakan ini juga belum berhasil mengadvokasi pemerintah untuk mendorong terbentuknya kebijakan yang dengan tegas berisi larangan terhadap peredaran daging anjing di Indonesia.

**Kata kunci: Daging Anjing, Gerakan Dog Meat Free Indonesia, Strategi Advokasi.**

## ABSTRACT

This research analyzes the strategies of the movement Dog Meat Free Indonesia in their attempts to advocate for a dog-meat-free Indonesia. This is due to the increasing numbers of dog meat trade, which is slowly becoming an industry and spreading wide to different regions in the country, even if dogs have never been considered as livestock and are believed to have special relationships with the human race. Therefore, this research attempts to identify the logic and how people view animal welfare, actors and interests in the dog meat industry, as well as to explain the strategies of the movement Dog Meat Free Indonesia in supporting a dog-meat-free Indonesia.

This research uses Topatimasang's policy advocacy strategy theory, which encompasses analyses of content, structure and culture of law. Furthermore, this study is a qualitative research which employs the case study method. Data collection was carried out through observation, interviews, literature study and media as secondary data.

In culture of law, it has been found that movements use campaign methods to garner public support through marches, online petitions and public figure, media and non-government organizations involvement. However, these methods can also be viewed as attempts to convince the government that this concern is shared by the public. Lastly, content of law analyzes the central government and local governments' responses to dog meat trade and demands from movements which are manifested in either written or verbal policy.

This research concludes that the campaign ideas advocated by the Dog Meat Free Indonesia coalition have not been effective in persuading people to stop consuming dog meat. In addition, this movement also has not succeeded in urging the government to pass a bill that strictly ban dog meat trade in Indonesia.

**Keywords: Dog Meat, Dog Meat Free Indonesia Movement, Advocacy Strategies.**