



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Kerangka Teori.....	13
1.4.1. Gerakan Sosial Baru	14
1.4.2. Strategi Gerakan	18
1.4.3. Strategi Advokasi	21
1.5. Definisi Konsepsional.....	26
1.5.1. Gerakan Sosial Baru	26
1.5.2. Strategi Advokasi	27
1.6. Definisi Operasional	27
1.7. Alur Pikir.....	28
1.8. Metode Penelitian	28
1.8.1. Bentuk Penelitian.....	28
1.8.2. Teknik Pengumpulan Data.....	29
1.8.3. Teknik Analisis Data	31
1.9. Sistematika Penulisan	31
BAB II Dog Meat Free Indonesia: Anjing Adalah Teman Bukan Makanan	34



2.1.	Anjing: Mengapa Teman bukan Makanan?	34
2.2.	Mengenal DMFI Lebih Jauh	38
2.3.	Faktor Eksternal DMFI	46
2.3.1.	Memahami Sikap Negara Dalam Memandang Kesejahteraan Hewan	
	47	
2.3.2.	Eksistensi ‘Pasar’ Daging Anjing: Sebuah Pengantar	59
2.4.	Penutup	61
BAB III	Industri Daging Anjing di Indonesia.....	63
3.1.	Identifikasi Faktor Penyebab	63
3.2.	Analisis Kepentingan Aktor.....	72
3.2.1.	Aspek Ekonomi dan Alur Pasar yang Tercipta.....	72
3.2.2.	Perihal Kultur dan Kesenangan	81
3.2.3.	Pemerintah dan Andilnya dalam Perdagangan Daging Anjing	84
3.3.	Penutup	88
BAB IV	Strategi Advokasi Gerakan DMFI	90
4.1.	Pengantar.....	90
4.2.	Konten Advokasi Gerakan	92
4.3.	DMFI dan Cara-cara Menggalang Dukungan Massa	99
4.3.1.	Ragam Aksi Menolak Daging Anjing.....	101
4.3.2.	Aktivisme Digital Sebagai Perluasan Area Gerakan	106
4.4.	DMFI dan Cara-cara Menekan Pemerintah	109
4.5.	DMFI dan Perjalanan Panjang Indonesia Bebas Daging Anjing	117
4.5.	Penutup	135
BAB V	Penutup	137
5.1.	Kesimpulan Kajian	137
5.2.	Implikasi Teoretis	138
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	152