

Analisis Framing Konten TNR oleh Akun Let's Adopt Indonesia Dalam Menekan Angka Reproduksi Kucing

STEVANI GUNAWAN

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konten kampanye Trap, Neuter, Release (TNR) yang dilaksanakan oleh Let's Adopt Indonesia melalui media Instagram. Peneliti mendalami fenomena overpopulasi dan reproduksi kucing, yang terjadi di Indonesia. Fokus dari penelitian ini adalah konten kampanye TNR yang diadakan oleh akun Instagram @Letsadoptindonesia untuk menekankan angka reproduksi hewan. Peneliti melihat tingginya angka populasi kucing di Indonesia yang terus bereproduksi secara cepat sehingga terjadinya overpopulasi. Let's Adopt Indonesia menggunakan media sosial sebagai salah satu alat utamanya untuk melakukan kampanye agar dapat mencangkup khalayak luas dengan mengunggah informasi yang dikemas dengan menarik dan mudah diterima oleh khalayak. Asumsi ini dilandasi oleh definisi dari kampanye bahwa kampanye sebagai rangkaian dari tindakan komunikasi yang terorganisasi dan direncanakan untuk menciptakan efek tertentu kepada sejumlah khalayak besar atas suatu isu (Rogers & Storey, 1987). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui framing konten dari kampanye TNR oleh akun Let's Adopt Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing untuk memahami konten Instagram Let's Adopt Indonesia dalam menekan angka reproduksi kucing di Indonesia.

Kata kunci: TNR, Overpopulasi Hewan, Kucing Liar, Analisis Konten, Instagram

**Analisis Framing Konten TNR oleh Akun Let's Adopt Indonesia Dalam Menekan
Angka Reproduksi Kucing**

STEVANI GUNAWAN

ABSTRACT

This research examines the Trap, Neuter, Release (TNR) campaign's content implemented by Let's Adopt Indonesia through Instagram. Researchers explore the phenomenon of cat overpopulation and reproduction, which occurs in Indonesia. This research focuses on the TNR campaign held by the Instagram account @Letsadoptindonesia to emphasize animal reproduction rates. Researchers see the high number of cat populations in Indonesia that continue to reproduce rapidly resulting in overpopulation. Let's Adopt Indonesia uses social media as one of its main tools to conduct campaigns to reach a wide audience by uploading information that is attractively packaged and easily accepted by the audience. This assumption is based on the definition of a campaign: a series of organized and planned communication actions to create certain effects on several large audiences on an issue (Rogers & Storey, 1987). This research aims to explain the framing of the campaign's content. Using a qualitative approach with a framing analysis method, this research seeks to understand the Instagram content by Let's Adopt Indonesia to reduce the cat reproduction rate in Indonesia.

Keywords: TNR, Animal Overpopulation, Feral Cats, Content Analysis, Instagram