

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dapat dilihat bahwa Let's Adopt Indonesia menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi dengan membingkai konten agar dapat meningkatkan seluruh aspek yang dibutuhkan karena hal-hal tersebut saling berkaitan. Seperti bagaimana Let's Adopt Indonesia mencoba mengemas pesan dengan menarik agar dapat memperluas jaringan organisasi yang ada sebagai upaya untuk membesarkan komunitas. Semakin besarnya organisasi, maka akan semakin besar juga peluang bagi Let's Adopt Indonesia untuk melaksanakan kegiatan TNR yang bertujuan untuk menekan angka reproduksi hewan.

Kedekatan emosional yang dibangun oleh Let's Adopt Indonesia meningkatkan simpati khalayak juga dapat menjadi peluang bagi Let's Adopt Indonesia untuk mendapatkan donasi yang lebih tinggi dari berbagai instansi dan individu, yang di mana dengan adanya donasi yang lebih tinggi dapat membantu berjalannya kegiatan organisasi yang membutuhkan dana yang besar, seperti TNR, steril kucing gratis, dan kegiatan lainnya. Maka setiap pesan yang disampaikan oleh Let's Adopt Indonesia melalui media sosial tentunya memiliki tujuan masing-masing yang secara signifikan maupun tidak signifikan, berguna bagi kepentingan organisasi.

Utamanya, Let's Adopt Indonesia menekan arti dari suatu masalah dan melakukan seleksi atas permasalahan yang ada, lalu menonjolkan pesan-pesan yang ada untuk menarik perhatian masyarakat serta menyusun pesan-pesan yang ingin disampaikan agar mudah untuk mengerti dan dipahami. Hal ini yang dapat menciptakan kesadaran yang lebih mendalam di kalangan masyarakat mengenai isu-isu penting yang sering kali terabaikan. Dengan framing konten yang efektif, Let's Adopt Indonesia mampu membangun jembatan antara informasi dan tindakan, mendorong masyarakat untuk lebih peduli dan terlibat dalam penyelesaian masalah-masalah tersebut.

Maka dari itu, konten yang disebarluaskan secara luas dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengedukasi khalayak atas kegiatan TNR

tidak hanya dibuat sedemikian rupa, tetapi juga dikurasi dan ditonjolkan beragam poin penting yang mampu menarik perhatian serta mudah dipahami. Dengan pendekatan ini, Let's Adopt Indonesia berharap dapat menciptakan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi tindakan nyata. Konten yang dikurasi mencakup berbagai aspek penting dari kegiatan TNR, mulai dari manfaat jangka panjang bagi kesejahteraan hewan hingga dampaknya terhadap keseimbangan ekosistem lokal. Selain itu, penggunaan visual yang menarik, bahasa yang mudah dimengerti, dan narasi yang kuat membantu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan menyentuh emosi khalayak.

Dengan kesadaran masyarakat akan permasalahan kesejahteraan hewan, terutama reproduksi kucing, akan berujung membantu menekan angka reproduksi hewan, bagaimana pun *outputnya* karena pengetahuan atas kesejahteraan hewan dan permasalahan reproduksi kucing liar akan selalu berhubungan. Seperti pengetahuan masyarakat akan kegiatan TNR melalui media sosial, terutama konten Let's Adopt Indonesia, mereka dapat membantu untuk turut berkontribusi dalam kegiatan TNR, baik secara langsung seperti mengikuti rangkaian kegiatannya, ataupun secara tidak langsung seperti berinteraksi (*like, comment, dan share*) di media sosial atau berdonasi.

Dapat disimpulkan bahwa Let's Adopt Indonesia mengemas pesan dan informasinya melalui konten LAI Goes To, Educational Visit, dan Steril Kucing Gratis memiliki dampak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam menekan angka reproduksi hewan dengan berbagai macam tujuan. Hal tersebut dikarenakan ketiga konten tersebut memiliki keterikatan, yaitu pada edukasi mengenai sterilisasi dan TNR lalu juga dengan pelaksanaannya, maka dengan adanya pelaksanaan kegiatan TNR maka reproduksi kucing liar pun semakin menurun.

Melalui *framing* dari konten-konten tersebut, khalayak akan mendapatkan pengetahuan dan keinginan untuk berkontribusi dalam permasalahan yang ada karena Let's Adopt Indonesia meningkatkan kedekatan antara khalayak dengan organisasi dan juga para hewan. Let's Adopt Indonesia menunjukkan ketulusannya dalam menjalankan

kegiatan TNR demi mencapai visi dan misi yang mereka miliki, hal ini dibingkai melalui konten yang ada sehingga meningkatkan simpati dan empati khalayak.

Kegiatan-kegiatan TNR yang berjalan lancar tentunya meningkatkan angka sterilisasi yang akhirnya membantu menekan angka reproduksi kucing di Indonesia. Keberhasilan kegiatan tersebut tentunya juga didasari dari beragam konten yang diunggah oleh Let's Adopt Indonesia. Melalui konten yang ada, Let's Adopt Indonesia dapat mendapatkan dana yang dibutuhkan untuk proses kegiatan dari donasi yang diterima, partisipan yang mengikuti kegiatan TNR maupun steril gratis, serta relawan yang secara sukarela membantu kegiatan berlangsung. Maka konten TNR yang diunggah memiliki tujuan yang berkaitan dengan satu dan yang lainnya, sehingga dapat membantu proses kegiatan TNR terlaksana dengan lancar.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memiliki saran untuk organisasi yang berkaitan pada bidang kesejahteraan hewan sebagai berikut:

1. Isu seputar kesejahteraan hewan merupakan permasalahan sosial yang berkaitan dan dapat berdampak secara langsung terhadap kehidupan sehari-hari hampir seluruh masyarakat di Indonesia, maka potensi dari cakupan informasi yang berkaitan dengan isu ini sangatlah luas. Peneliti mempunyai saran kepada para organisasi yang bergerak di bidang kesejahteraan hewan untuk dapat meninjau kembali pembingkai pesan dan kampanye, salah satunya dengan memperluas cakupan khalayak atau target pasar untuk dapat menyebarkan informasi dengan lebih merata dan disesuaikan kepada targetnya. Pembingkai pesan dapat dilakukan dengan menyesuaikan pada informasi yang disampaikan, pembuatan konten yang kini sudah dapat dijadikan beragam jenisnya juga dapat disesuaikan agar informasi bisa lebih mudah untuk diserap dan menarik perhatian khalayak.
2. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *framing* dengan melihat bagaimana Let's Adopt Indonesia membingkai konten TNR dalam

menekan angka reproduksi kucing di Indonesia. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dan meninjau dengan membahas topik mengenai proses *framing* konten di sosial media, terutama mengenai isu kesejahteraan hewan, dari sudut pandang lainnya atau dengan menggunakan metode kuantitatif yang dapat dikembangkan untuk melihat sejauh mana dampak dari konten TNR dalam menekan angka reproduksi kucing di Indonesia serta bagaimana timbal balik dari konten TNR yang telah diunggah oleh Let's Adopt Indonesia.