

ABSTRAK

Pengaruh Kampanye #TNRPROJECT Terhadap Partisipasi Kegiatan Sterilisasi Kucing Liar (Studi Korelasional pada Pengikut Akun Instagram @Pedulikucing dalam Menekan Angka Overpopulasi Kucing Liar)

Anysa Tyara Oktaviana¹⁾, Fathiya Nur Rahmi²⁾

¹⁾ Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Salah satu masalah sosial yang sekarang menjadi perhatian Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Pertanian (DKPKP) adalah over populasi kucing liar, dimana pada tahun 2018 DKPKP menerima 100 laporan terkait kucing dan anjing yang tidak bertuan, kemudian pada tahun 2020 DKPKP berhasil mensterilisasi 1.600 kucing jantan dan 372 kucing betina. Oleh karena itu DKPKP terus menekan angka overpopulasi kucing liar dengan bekerja sama dengan organisasi pecinta kucing untuk melakukan sterilisasi gratis kucing liar. Salah satu organisasi non-profit yang bekerja sama dengan DKPKP adalah Yayasan Peduli Kucing yang sudah berdiri sejak tahun 2010. Yayasan Peduli Kucing mengadakan kampanye #TNRProject sejak tahun 2019, dimana kampanye tersebut melakukan aksi menangkap kucing liar untuk melakukan sterilisasi dan pasca sterilisasi dikembalikan ke tempat yang mereka tangkap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai pelaksanaan kampanye terhadap partisipasi pengikut akun Instagram @Pedulikucing dalam menekan angka overpopulasi kucing liar, dimana pada penelitian ini mengukur tingkat partisipasi dengan pengikut akun Instagram @Pedulikucing dalam pemberian *likes* dan *comment*. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *instrumental theory of persuasion* dimana terdiri dari faktor sumber, pesan dan audiens kemudian tingkat partisipasi yang terdiri dari tahap kognitif, pelaksanaan dan pemanfaatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden pengikut akun Instagram Peduli Kucing. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel X (kampanye) mempengaruhi variabel Y (tingkat partisipasi) dengan hasil 0.575 yang tergolong cukup dan positif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor sumber dan faktor pesan mempengaruhi seseorang untuk tertarik dan berpartisipasi dalam kampanye #TNRProject.

Kata Kunci : Kampanye, Partisipasi, Overpopulasi, Peduli Kucing.

Pustaka : 45

Tahun Publikasi : 2011 - 2021