

ANALISA INTERAKSI SOSIAL GRUP FACEBOOK PECINTA ANJING DAN HIBAH DALAM MENGKAMPANYEKAN BAHAYA MENGKONSUMSI DAGING ANJING

Avista Natali*

Rinintha Parameswari*

Universitas Buddhi Dharma

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk meneliti bahaya mengkonsumsi daging anjing dalam sebuah interaksi sosial pada grup Facebook Pecinta Anjing dan Hibah. Fokus penelitian ini adalah menjelaskan bahaya mengkonsumsi daging anjing bagi kesehatan manusia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses diskusi para anggota grup mengenai bahaya mengkonsumsi daging anjing, alasan sebagian orang mengkonsumsi daging anjing serta solusi dari anggota mengenai permasalahan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan beberapa informan yaitu admin yang menjalankan grup serta anggotanya, melakukan pengamatan dan observasi secara online dalam grup tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meminimalisir pengkonsumsi daging anjing dan penjualan anjing secara ilegal, para anggota grup Facebook "Pecinta Anjing dan Hibah" mengedukasi kepada masyarakat lewat grupnya dengan cara mengkampanyekannya yaitu menyebarkan semua informasi tentang bahaya mengkonsumsi daging anjing seperti diare, rabies, bakteri e. coli, dan beberapa penyakit berbahaya lainnya yang disampaikan dalam pengadaan acara dan kampanye yang dilakukan dilapangan secara langsung dengan bersama-sama. Tradisi dalam sebuah kebudayaan menjadi alasan utama bagi sebagian orang yang mengkonsumsi daging anjing.

Kata kunci: Interaksi sosial, grup facebook, bahaya daging anjing

ABSTRACT

This research is a qualitative research to examine the dangers of consuming dog meat in a social interaction on the Facebook group Dog Lovers and Grants. The focus of this research is to explain the dangers of consuming dog meat for human health. The aim of this research is to find out the group members' discussion process about the dangers of consuming dog meat, the reasons some people consume dog meat and solutions from members regarding the problem.

This study uses a qualitative approach with virtual ethnographic methods. The data analyzed are the results of interviews with several informants namely the admin who runs the group and its members, making observations and observations online in the group.

The results showed that in order to minimize consumption of dog meat and illegal dog sales, the members of the Facebook group "Dog Lovers and Hibah" educate the public through their groups by campaigning for them to spread all information about the dangers of consuming dog meat such as diarrhea, rabies, bacteria e. coli, and several other dangerous diseases that are conveyed in the procurement of events and campaigns carried out in the field directly together. Tradition in a culture is the main reason for some people who eat dog meat.

Key words: Social interaction, facebook groups, the danger of dog meat

* Avista Natali, Universitas Buddhi Dharma, Jl. Imam Bonjol Kelurahan No.41, Karawaci, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten 15115, avistanatalie@gmail.com

* Rinintha Parameswari, Universitas Buddhi Dharma, Jl. Imam Bonjol Kelurahan No.41, Karawaci, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten 15115

PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang hidup saling berdampingan dengan manusia lainnya. Dalam kehidupannya, manusia membutuhkan orang lain untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, bersentuhan, merespons, dan membentuk suatu kehidupan sosial bersama. Interaksi sosial mempunyai arti sebagai suatu hubungan yang terjadi di masyarakat antara individu, kelompok maupun individu dengan kelompok yang berlangsung dinamis dan di dalamnya terdapat kontak sosial dan komunikasi yang menjadi syarat bagi terbentuknya suatu interaksi.

Komunikasi menjadi kunci utama dalam berinteraksi, terlebih komunikasi yang terhubung dengan publik merupakan suatu proses penyampaian sumber pesan dari pemberi pesan kepada penerima yang disalurkan pada saat yang bersamaan maupun tidak dengan menggunakan beragam media sebagai penyalurnya contohnya seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Whastapp dan Social Chat Apps.

Anjing merupakan hewan berkaki empat yang terkenal dengan kesetiaannya kepada manusia. Hewan lucu dan berbulu ini memang sangat peka dan memiliki emosi yang sama layaknya manusia seperti senang, sedih, kecewa, dan marah sehingga hewan berbulu ini banyak digemari oleh orang-orang dan terbentuklah banyak komunitas pecinta anjing. Anjing pada dasarnya merupakan hewan yang dipelihara oleh manusia, tetapi disalahgunakan oleh sebagian masyarakat untuk dikonsumsi. Karena hal tersebut, mengundang beberapa reaksi negatif dan protes dari para pecinta anjing.

Menurut lembaga Animal Welfare Institute di Wanghaston DC, Amerika Serikat, diperkirakan ada dua juta anjing yang dibunuh setiap tahun untuk dijadikan santapan. Sementara itu, *The Human Society International* memperkirakan sebanyak 30 juta anjing dibantai dan dijadikan santapan makanan setiap tahunnya (Wadrianto, 2018).

Akibat adanya pengonsumsi anjing, maka munculah Kampanye Dog meet Free Indonesia yang merayakan selebrasi 1.000.000 tanda tangan untuk menghentikan perdagangan anjing untuk di konsumsi. Dalam selebrasi ini terdapat Influencer seperti Sophia Latjuba, Yeslin Wang, dan Reigitha Lawrence Anzela yang dihadirkan sebagai contoh kepada masyarakat bahwa anjing tidak layak untuk dikonsumsi, hadir pula pihak-pihak dari Kementerian Kesehatan serta Kementerian Pertanian lalu ada juga perwakilan dari Perhimpunan Dokter Hewan Indonesia (PDHI) (Hutasoit, 2018). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui proses diskusi anggota mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing dan alasan sebagian orang mengonsumsi daging anjing dan mengetahui penanggulangan anggota dalam interaksi sosial tentang bahaya mengonsumsi daging anjing.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Kelompok Siber

Komunikasi atau *communication* memiliki arti pemberitaan atau transisi, selain itu memiliki arti lain yakni bersama-sama. Arti komunikasi menjadi beragam disebabkan oleh pandangan para ahli yang memberikan definisi berbeda satu sama lain. Trenholm dan Jensen misalnya, dalam Wiryanto (2004) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses transmisi pesan yang disampaikan dari sumber ke penerima dengan bermacam-macam saluran.

Dalam kaitannya dengan sebuah kelompok, komunikasi berlangsung antar seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Komunikasi kelompok akhirnya dapat dimaknai sebagai suatu proses transmisi pesan yang disampaikan kepada penerima, dimana penerima berjumlah lebih dari satu, biasanya merupakan suatu identitas tertentu. Komunikasi kelompok menjadi penting karena sejatinya manusia hidup secara berkelompok. Perkembangan zaman menuntun kelompok manusia hidup dalam dunia teknologi

dan informasi. Kini manusia dihadapkan pada dua dunia kehidupan, yakni kehidupan nyata dan kehidupan masyarakat siber (cybercommunity). Masyarakat siber yang dapat disebut sebagai komunitas virtual terhubung dengan internet dan disebut dengan *internet user*, mereka saling terkoneksi hingga membentuk jaringan hubungan personal (Yohana & Wulandari, 2014).

Komunikasi sebagai aktivitas pertukaran pesan akan menyesuaikan dengan isu dan informasi terkini dalam masyarakat. Jika tidak ditanggapi dengan baik, komunikasi pun dapat berujung konflik. Sesuai dengan apa yang diungkapkan Usman (2001) bahwa konflik dapat tumbuh dalam proses komunikasi akibat pesan yang disampaikan dari masing-masing pihak baik komunikator maupun komunikan tidak mencapai titik yang memuaskan. Konflik persuasi komunikasi dalam masyarakat dapat hidup dan berkembang dilandasi dengan perbedaan gagasan, asal-usul, maupun latar belakang sosial.

Latar belakang setiap orang yang berbeda-beda baik pola pikir, sudut pandang maupun tingkat pendidikan memengaruhi reaksi dan pendapat seseorang terhadap suatu hal juga berbeda. Secara terminologis, komunikasi dapat disimpulkan sebagai suatu proses penyampaian pernyataan individu kepada individu lainnya. Berdasarkan hal ini, dapat kita pahami bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah wujud umum dari sebuah proses sosial, karena didalamnya terdapat aktivitas-aktivitas sosial. Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2007:55) mengungkapkan bahwa interaksi sosial adalah jalinan sosial yang dinamis baik antara perorangan, kelompok, maupun orang perorangan dengan kelompok manusia.

Lebih lanjut, Gillin and Gillin dalam Permatasary & Indriyanto (2016) membagi dua macam proses sosial yang timbul sebagai akibat adanya interaksi sosial, yaitu proses asosiatif dan proses disosiatif.

Adapun bentuk interaksi asosiatif, sebagai berikut:

- a. Kerjasama: suatu bentuk interaksi sosial dimana orang-orang atau kelompok-kelompok bekerjasama bantu membantu untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama timbul karena orientasi orang perorangan terhadap kelompoknya dan kelompok lain.
- b. Akomodasi: suatu keadaan, dimana terjadi keseimbangan dalam interaksi antara orang perorangan dan kelompok manusia, sehubungan dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku di dalam masyarakat.
- c. Asimilasi: suatu proses dimana pihak-pihak yang berinteraksi mengidentifikasikan dirinya dengan kepentingan-kepentingan serta tujuan-tujuan kelompok dan merupakan pencampuran dua atau lebih budaya yang berbeda sebagai akibat dari proses sosial, kemudian menghasilkan budaya tersendiri yang berbeda dengan budaya asalnya.

Sementara Bentuk interaksi disosiatif ialah sebagai berikut:

- a. Persaingan: proses sosial dimana individu atau kelompok-kelompok manusia bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang ada pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada, tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan.
- b. Pertentangan: bentuk interaksi sosial yang berupa perjuangan yang langsung dan sadar antara orang dengan orang atau kelompok dengan kelompok untuk mencapai tujuan yang sama.
- c. Kontravensi: bentuk interaksi yang berbeda antara persaingan dan pertentangan. Kontravensi ditandai oleh adanya ketidakpastian terhadap diri seseorang, perasaan tidak suka yang disembunyikan, dan kebencian terhadap kepribadian orang.

Media Baru (New Media)

Media baru adalah pengembangan dari media elektronik (televisi, radio, film) dan media cetak (majalah, koran, tabloid). Hal yang menjadi berbeda dengan media lainnya adalah sifatnya cair, terkoneksi dengan internet dan individual sehingga menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Munculnya media baru ini, mengakibatkan perubahan dalam tata kelola media massa, pasalnya teknologi percetakan dan telekomunikasi konvensional mengalami perubahan fungsi dan format dalam berbagai hal (Sucahya, 2013). Hal inilah yang memicu hadirnya media sosial atau fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang saling berinteraksi dalam sebuah komunitas siber. Media sosial juga memiliki kemampuan untuk melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan pengenalan baik sifatnya tertulis, visual maupun audio visual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Blog, Forsquare dan lainnya (Ashari dkk. 2015).

Media sosial yang paling digemari adalah Facebook. Menurut Juditha dalam Asmaya (2015) pengguna *Facebook* diuntungkan karena fiturnya memiliki kemampuan untuk berkomunikasi lebih efisien dengan teman-teman, keluarga, serta orang lain. *Facebook* dengan berbagai macam fasilitasnya dapat digunakan untuk mencari teman baru, teman lama dan lainnya. Jejaring sosial *Facebook* menjadi indikasi munculnya komunikasi media baru. Dalam media sosial *Facebook*, memungkinkan konten diunggah sebanyak mungkin oleh para pengguna lainnya. *Facebook* juga adalah pengejawantahan dari masyarakat siber, di dalamnya terdapat beberapa komunitas-komunitas yang saling terkoneksi dan berinteraksi. Hal ini yang disebut sebagai konsep pertukaran informasi.

Hewan Peliharaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hewan peliharaan atau hewan piaraan didefinisikan sebagai hewan yang dipiara untuk kesenangan atau dibudidayakan. Namun dalam tulisan ini, hewan peliharaan yang dimaksud dibatasi hanya pada hewan yang dipiara untuk kesenangan tetapi melekatkan secara emosional yang bersifat timbal balik tidak hanya dapat terjalin antar manusia, namun juga antar spesies, dalam hal ini adalah hewan peliharaan (Noviana, 2018).

METODE

Paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Menurut Baehaki (2009), “paradigma konstruktivis adalah paradigma yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif yang berusaha untuk menjelaskan, mendeskripsikan, dan menganalisis peristiwa, fenomena, aktivitas sosial, persepsi secara individual maupun kelompok terhadap sesuatu.

Adapun metode yang digunakan adalah etnografi virtual untuk mengamati perkembangan komunikasi dan keadaan grup sosial maupun kultur pengguna dalam media sosial yang digunakan. Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara secara *online* demi memperoleh kedalaman informasi mengenai kampanye yang dilakukan. Metode ini dianggap memungkinkan peneliti melihat interaksi sosial yang disampaikan oleh grup Pecinta Anjing dan Hibah di Facebook secara komprehensif. Selain itu, metode ini juga memungkinkan peneliti untuk memilih serta mengambil poin penting sebagai temuan penelitian yang dibutuhkan.

Definisi konsep pada penelitian ini adalah:

- a. Interaksi Sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang berkaitan dengan orang perorangan, kelompok perkelompok, maupun perorangan terhadap perkelompok ataupun sebaliknya.

- b. Konsumsi Daging Anjing merupakan suatu perbuatan yang melanggar prinsip-prinsip kesejahteraan hewan. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan bahkan tak menyebut daging anjing ke dalam kategori pangan. Menurut Wiwiek dalam CNN Indonesia (2018), ada tiga hal yang perlu diperjuangkan dalam hal ini yaitu payung hukum, manusia yang beretika, dan pendekatan ilmiah.

Pendekatan ilmiah diperlukan untuk menggaungkan bahwa konsumsi daging anjing tak terbukti secara medis mampu meredakan beberapa jenis penyakit. Setelah data terkumpul maka dilaksanakan sebuah analisis penelitian ini menggunakan dua teknik analisis. Adapun dua teknik analisis data tersebut adalah induktif dengan melakukan wawancara secara online dengan admin dan beberapa anggota tentang bagaimana proses diskusi anggota mengenai bahaya mengkonsumsi daging anjing dan deduktif dengan mengkaji, menganalisis dan menjelaskan apa saja bahaya dari mengkonsumsi daging anjing.

HASIL PENELITIAN

Grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mempunyai tujuan untuk mengumpulkan para pecinta anjing agar mudah dalam berbagi informasi mengenai anjing hibahan agar tidak terbiasa dalam membeli anjing melainkan adopsi anjing dan juga untuk mengedukasi semua orang pentingnya anjing sebagai family member dan bukan untuk dikonsumsi.

Interaksi sosial yang terjadi dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengkonsumsi daging anjing, yaitu adanya kontak sosial (social contact) dan adanya komunikasi. Hubungan kontak sosial yang terjadi dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengkonsumsi daging anjing dimana para anggota saling mengimbangi dan bersatu dengan memberikan komentar-komentar yang berbeda sesuai kesadaran masing-masing anggota dari pertanyaan yang penulis unggah di grup tersebut mengenai bahaya dari mengkonsumsi daging anjing. Komunikasi dalam interaksi sosial tersebut terlihat dari para anggota yang menjaga hubungan tetap terjaga dan baik dengan memberikan saran maupun solusi. Facebook juga menjadi sarana saling bertukar pikiran antar anggota ketika mengalami kebuntuan strategi. Media Sosial yang dimiliki akhirnya menjadi pemersatu komunitas ini, sejauh pengamatan peneliti, aktivitas ini dijaga dengan kondusif dan tidak terdapat komunikasi yang bertentangan hingga mengakibatkan pertikaian.

Proses Diskusi

Untuk meminimalisir para penjual dan mengkonsumsi daging anjing, kelima informan yang berada dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” memberikan edukasi berupa arahan dan himbauan, khususnya kepada seluruh anggota grup dengan memberi tahu bahaya tentang memakan daging anjing. Para pecinta anjing yang masuk ke dalam grup tersebut juga bersama-sama menyuarakan untuk berhenti mencuri, menyiksa, membunuh dan memakan daging anjing. Mereka begitu memperjuangkan nasib dan kesejahteraan anjing.

Dari hasil wawancara penulis dengan informan, solusi dari informan mengenai dikonsumsi daging anjing adalah dengan langkah awal cara mengedukasi semua orang tentang pentingnya memperlakukan anjing sebagai family member, bukan untuk dikonsumsi, menginformasikan tentang bahaya daging anjing bagi kesehatan manusia seperti adanya virus rabies, dan berbagai bakteri-bakteri berbahaya lainnya. Selanjutnya para pecinta anjing bersama-sama melakukan sosialisasi kepada seluruh masyarakat tentang bahayanya daging anjing dan pentingnya peran pemerintah dalam memberantas pemasok daging anjing.

Hasil wawancara tersebut akhirnya direalisasikan bersama-sama oleh para pecinta anjing dengan mengadakan berbagai kampanye diberbagai kota yang khususnya banyak mengkonsumsi daging anjing. Kampanye tersebut diadakan untuk menginformasikan, mengedukasi masyarakat

yang berisi tentang penyakit yang ditimbulkan jika mengonsumsi daging anjing, larangan Undang-Undang mengenai anjing bukan hewan pangan, larangan mengonsumsi daging anjing dan perlindungan hewan. Kampanye ini dimaksudkan agar pemerintah mendengarkan suara rakyat lalu bertindak untuk memperketat hukum mengenai konsumsi daging anjing ini.

Bentuk-bentuk interaksi sosial Asosiatif yang terjadi dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing, yaitu:

- a. Kerjasama, kerja sama terasa saat para admin dan anggota bersama-sama melakukan kampanye sebagai aksi penolakan terhadap dikonsumsi daging anjing. Mereka bekerja sama untuk memberikan edukasi serta informasi mengenai apa saja bahaya dari dikonsumsi daging anjing, penyakit apa yang ditimbulkan, dan larangan bahwa anjing bukanlah hewan untuk dikonsumsi.
- b. Asimiliasi, para anggota beserta admin selalu berusaha menyesuaikan diri terhadap lingkungan dan mengupayakan agar konsumsi daging anjing segera berakhir sebagai upaya menyamakan tujuan agar grup dog lovers (pecinta anjing) lebih maju dan berkembang dalam penyampaian informasinya.
- c. Akomodasi, ketika ada perselisihan antara anggota pecinta anjing karena perbedaan pendapat, maka akan diadakan proses mediasi.. Admin dalam grup “Pecinta Anjing dan Hibah” juga turut membantu dengan menghapus beberapa komentar dari anggota yang tidak mencerminkan sopan santun. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi perselisihan.

Kemudian, bentuk-bentuk interaksi sosial Disosiatif yang terjadi dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing, yaitu:

- a. Persaingan, persaingan yang terjadi antara para anggota adalah dengan beradu memberikan berbagai informasi mengenai bahayanya daging anjing agar semakin banyaknya membagikan informasi tersebut semakin mengedukasi pengguna- pengguna Facebook agar tidak mengonsumsi daging anjing.
- b. Pertentangan, pertentangan tersebut adalah para anggota yang menentang hewan anjing dijadikan santapan oleh sebagian orang, mengingat proses penangkapan, pencurian dan pembunuhan anjing yang sangat kejam demi kepentingan ekonomi pribadi. Maka dari itu pertentangan para anggota disuarakan dengan mereka memberikan edukasi dan beberapa kampanye diberbagai kota.
- c. Kontravensi, kontravensi ditandai oleh para anggota yang mengungkapkan perasaan tidak senang dan perasaan benci terhadap orang-orang yang mengonsumsi daging anjing akan tetapi perasaan-perasaan tersebut tidak sampai berkelanjutan menjadi pertengkaran.

Faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi sosial dalam grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing, yaitu:

- a. Faktor Imitasi, anggota saling meniru satu sama lain dengan sama-sama mengunggah informasi mengenai bahaya dari mengonsumsi daging anjing dari berbagai bentuk foto, video dan link website resmi.
- b. Faktor Sugesti, para anggota saling mempengaruhi untuk berbagi dan menerima informasi tentang anjing, grup tersebut juga digunakan para anggota sebagai tempat berkumpul untuk saling menyebarkan dan menyampaikan informasi, memberikan kritik yang membangun, dan saling memotivasi.
- c. Faktor Identifikasi, antara para anggota grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” terdorong untuk berlaku sama dengan mengunggah informasi dan memberikan edukasi mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing.
- d. Faktor Simpati, sifat ketertarikan para anggota kepada hewan anjing, menjadikan para anggota ingin mengikuti perilaku anggota lainnya dalam grup “Pecinta Anjing dan Hibah”

dengan menyebarkan informasi agar tidak semakin banyak penangkapan, pembunuhan, dan perdagangan daging anjing.

Bahaya Mengonsumsi Daging Anjing

Mengonsumsi daging anjing terdapat banyak bahaya yang mengancam kesehatan manusia. Salah satu informan bernama Arman yang merupakan admin dari grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah”, ia memberikan pernyataan yang bersumber dari Dosen FK Ukrida Jakarta Barat, bahwa bahaya mengonsumsi daging anjing karena didalam daging anjing tersebut bisa mengandung Bakteri E- coli, Salmonella, Antraks/Anthrax, Hepatitis, Rabies, dan Leptospirosis. Dan anjing biasanya sangat tidak higienis atau tidak bersih karena anjing mengandung virus bakteri dan kuman. Daging anjing juga tinggi akan natrium yang dapat meningkatkan resiko hipertensi atau darah tinggi. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menegaskan bahwa penggunaan natrium untuk dikonsumsi sebaiknya tidak melebihi kadar yang disarankan yakni dari 2 miligram per hari.

Menurut sumber pada halaman berita liputan6.com yang berjudul “Bahaya Konsumsi Daging Anjing dan Kucing Bagi Kesehatan”, daging anjing mengandung virus rabies dimana jika tidak diolah dengan tepat, dapat terjangkit virus rabies. ironisnya virus ini dapat menularkan kepada orang yang memask daging anjing. Anjing juga menjadi sumber bakteri yang berbahaya bagi manusia, anjing juga sering diberikan antibiotik dengan dosis besar karena anjing liar atau anjing yang tdiak dirawat dengan baik dapat dipastikan tidak higienis. Sehingga ketika diolah menjadi makanan, anjing ini mengandung berbagai macam bakteri, kuman, dan virus. Apabila dikonsumsi oleh manusia akan menyebabkan resistensi tubuh terhadap obat atau dengan kata lain sistem kekebalan tubuh mereka akan berubah dan penuh dengan antibiotik.

Menurut Azanella (2018), aturan bahwa anjing bukan merupakan hewan untuk dikonsumsi adalah salah satunya pada Undang-Undang No 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Pasal 1 Ayat (1), dapat diketahui bahwa “daging anjing tidak termasuk dalam makanan konsumsi, karena bukan termasuk sumber hayati produk peternakan, kehutanan, atau jenis lainnya melainkan merupakan hewan yang dipelihara”.

Alasan Sebagian Orang Mengonsumsi Daging Anjing

Dari hasil wawancara lanjutan penulis dengan kelima informan dari grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah”, menurut mereka bagi sebagian orang khususnya yang pro dalam mengonsumsi daging anjing menyebutkan bahwa makan daging anjing sudah terlanjur merupakan sebuah tradisi di beberapa daerah secara turun temurun dari nenek moyang yang sulit untuk mengubahnya. Hal ini juga menjadi banyaknya jawaban dari beberapa anggota dalam grup tersebut. Alasan lainnya adalah mitos yang berkembang dalam daging anjing yang berkhasiat sebagai obat. Mereka yang mengalami masalah impotensi berasumsi, daging anjing akan memperbaiki permasalahan seksual.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang penulis teliti dalam sebuah grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing, dapat disimpulkan bahwa Grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” dibentuk dengan tujuan untuk mengumpulkan para pecinta anjing agar mudah dalam berbagi informasi dan mengedukasi semua orang pentingnya anjing sebagai family member bukan untuk di konsumsi. Bentuk interaksi sosial yang terjadi di dalam grup Facebook “Pecinta Anjing” berupa proses diskusi dari anggota- anggota dalam bentuk unggahan dan beberapa komentar untuk memberikan informasi dan edukasi mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing.

Proses diskusi anggota berupa memberikan solusi/penanggulangan mengenai bahaya mengonsumsi anjing yaitu dengan mengadakan kampanye diberbagai kota yang bertujuan untuk mengedukasikan, memberikan informasi, ilmu pengetahuan dan memberitahukan kepada masyarakat tentang bahaya mengonsumsi daging anjing, stop penelantaran dan pembuangan terhadap anjing, stop kekerasan pada anjing, serta mengenai revisi Undang-Undang KUHP 302 mengenai peniksaan terhadap hewan.

Grup Facebook “Pecinta Anjing dan Hibah” disarankan untuk lebih aktif dan sering dalam memberikan edukasi dan informasi mengenai bahaya mengonsumsi daging anjing agar para anggota bisa menyebarkan ulang dalam unggahan akun Facebook-nya.

Bagi para pecinta anjing disarankan untuk membuat lebih banyak kampanye-kampanye untuk meminimalisir terjadinya penjualan anjing untuk dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. (2012). *Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2, 172–178.
- Ashari, D. P., Sudrajat, R. H., & Fithrah, D. S. (2015). Motif Interaksi Sosial pada Social Networking Secret (Studi Deskriptif Pengguna Social Networking Secret di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 2, 3979.
- Azanella, L. A. (2018). *Ingat Daging Anjing Bukan Bahan Pangan Untuk di Konsumsi*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/07/17/162520220/ingat-daging-anjing-bukan-bahan-pangan-untuk-dikonsumsi>
- Baskoro, D. (2020). *Ini Alasan Daging Anjing Tidak Layak untuk Dimakan*. Retrieved from <https://www.indozone.id/food/x0s74g/ini-alasan-daging-anjing-tidak-layak-untuk-dimakan/read-all>
- CNN Indonesia. (2018). *Konsumsi Daging Anjing Tak Sekadar Bahaya Untuk Kesehatan*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181106100240-262-344286/konsumsi-daging-anjing-tak-sekadar-bahaya-untuk-kesehatan>
- Hutasoit, L. (2018). *Stop Konsumsi Daging Anjing*. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/lia-hutasoit/stop-konsumsi-daging-anjing-berbahaya-untuk-kesehatan/full>
- Permatasary, N. R., & Indriyanto, R. (2016). Interaksi Sosial Penari Bujangganong Pada Sale Creative Community Di Desa Sale Kabupaten Rembang.
- Prajarto, N. (2018). *Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah*. Ilmu Komunikasi, 15, 37.
- Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. (I. Hamad, Ed.) (5th ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sitompul, M. (2018). *Mengapa Orang Batak Suka Daging Anjing?* Retrieved from <https://historia.id/kultur/articles/mengapa-orang-batak-suka-daging-anjing-DbEXm>
- Wijaya, M. A. (2014). *Facebook Sebagai Sarana Pertukaran Informasi Fotografi (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Facebook Komunitas Fotografer Jalanan Indonesia)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wiryanto. (2004). *Buku Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Grasindo (Gramedia Widiasarana Indonesia).
- Grup Facebook Pecinta Anjing dan Hibah <https://web.facebook.com/groups/669737506388135>