

Pengaruh Intensitas Menonton Konten Kreator Satwa Liar di YouTube dan Tingkat Pengetahuan Mengenai Satwa Liar terhadap Sikap Masyarakat pada Kepemilikan Satwa Liar sebagai Peliharaan.

Wina Natasya Saragih, Tandiyo Pradekso, M. Bayu Widagdo

Winasrgh19@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Wildlife is a type of animal that lives in the wild, be it on land, sea or air. However, nowadays the ownership of wild animals as pets is rife in practice by various groups and the community is also increasingly normalizing the practice of owning wild animals as pets. Today's YouTube social media is busy displaying wildlife content as pets. On the other hand, keeping wild animals as pets has many impacts and risks, both for the animals themselves, for the humans around them, and for the natural environment. This research is an explanatory quantitative research. Through distributing questionnaires to 100 respondents with the characteristics of the Indonesian people, aged 16-64 years, and viewers of wildlife content creators on YouTube, it was found that the intensity of watching wildlife creator content influences people's attitudes towards owning wild animals as pets, this is supported by the significant number of 0.000, this is in line with the Social Media Framework Theory put forward by Lynn A. McFarland and Robert E. Ployhart. It was also found that the level of knowledge possessed by respondents about wild animals influenced the respondents' attitudes towards owning wild animals as pets.

Keywords: Social Media, YouTuber, Wildlife, and Wildlife ownership.

ABSTRAK

Satwa liar merupakan jenis satwa yang hidup di alam liar, baik itu di darat, laut, maupun udara. Namun, dewasa ini kepemilikan satwa liar sebagai hewan peliharaan marak dipraktikkan oleh berbagai kalangan dan masyarakat juga semakin menormalisasi praktik kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan ini. Sosial media YouTube dewasa ini ramai menampilkan konten satwa liar sebagai peliharaan. Di sisi lain, menjadikan satwa liar sebagai peliharaan memiliki banyak

sekali dampak dan risiko, baik bagi satwa itu sendiri, bagi manusia di sekitarnya, maupun bagi lingkungan alam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori. Melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan karakteristik masyarakat Indonesia, berusia 16 – 64 tahun, dan penonton konten kreator satwa liar di YouTube ditemukan hasil bahwa intensitas menonton konten kreator satwa liar memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan, hal ini didukung dari angka signifikansi sebesar 0,000, hal ini sejalan dengan *Social Media Framework Theory* yang dikemukakan oleh Lynn A. McFarland dan Robert E. Ployhart. Ditemukan juga hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh responden mengenai satwa liar memengaruhi sikap responden pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan, hal ini dilihat dari hasil signifikansi yang menunjukkan angka 0,011 serta menunjukkan keselarasan dengan Teori Respon Kognitif.

Kata Kunci: Sosial Media, YouTuber, Kepemilikan Satwa Liar.

PENDAHULUAN

Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia sangat lah beragam, terutama keanekaragaman hayati. Variasi keadaan tanah, keadaan iklim, dan letak geografis membuat Indonesia menjadi rumah bagi satwa liar. Diperkirakan, terdapat sebanyak 300.000 jenis satwa liar di Indonesia, yang mana hal ini sama banyaknya dengan 17 persen jumlah satwa di dunia, meskipun Indonesia sendiri hanya 1,3 persen saja dari luas daratan di dunia. Namun, saat ini telah terjadi penurunan jumlah satwa liar yang ada di dunia. Berdasarkan laporan yang dilansir oleh WWF, kurang dari 50 tahun, tepatnya sejak tahun 1970 tercatat bahwa terdapat penurunan dengan angka rata-rata sebanyak 69 persen (DW, 2022). Angka ini sangat mengkhawatirkan, pasalnya lebih dari dua pertiga populasi satwa liar dunia telah menghilang dan sampai sekarang pun tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bahwa kemerosotan angka satwa liar ini akan

melambat (Briggs, 2020). Satu di antaranya yang menjadi penyebab dari penurunan jumlah ini adalah satwa liar yang menjadi komoditi untuk diperdagangkan. Keberadaan satwa liar yang diperdagangkan ini disebabkan oleh selera konsumen akan kepuasan tersendiri yang tinggi (Kumparan, 2020). Beberapa orang beranggapan bahwa memelihara hewan eksotis memiliki sensasi yang berbeda dengan memelihara hewan biasa. Selain itu, menjadikan satwa liar sebagai hewan peliharaan adalah ide yang sudah semakin dinormalisasi di lingkungan rumah tangga saat ini (Vail, 2018).

Kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan ini pun banyak sekali ditampilkan di sosial media, salah satunya YouTube. Konten satwa liar sebagai peliharaan kini menjadi sangat *viral* dan acap kali menduduki posisi *trending* di YouTube. Konten-konten sejenis ini dilakukan oleh beberapa tokoh ternama di mana mereka memamerkan satwa liar peliharaannya

melalui YouTube, bahkan beberapa di antara peliharaan mereka tersebut adalah satwa liar yang dilindungi. Konten-konten satwa liar sebagai peliharaan pun terus meningkat. Satwa liar yang dipelihara dan diunggah ke sosial media dianggap sebagai suatu bentuk eksploitasi. Satwa liar yang dikontenkan ini juga dapat dikatakan sebagai penyiksaan terhadap satwa.

Di sisi lain, terdapat beberapa alasan mengapa satwa liar tidak sepatutnya dipelihara secara individu di rumah. Memelihara satwa liar juga sangat berdampak bagi manusia maupun bagi satwa. Satwa liar terlahir untuk menjadi liar dan apabila mereka dipelihara di rumah maka mereka tidak dapat menunjukkan perilaku alami mereka. Hal ini lah yang kemudian menjadi sebuah siksaan bagi satwa liar. Selain itu memelihara satwa liar juga sangat berdampak bagi manusia maupun bagi satwa, seperti tidak terpenuhinya kesejahteraan hewan (Webster, 2016:2), pesebaran virus zoonosis (Spickler, 2020), satwa liar yang dapat menyerang manusia di sekitarnya (Winarno & Harianto, 2018:11), serta keseimbangan alam yang terganggu akibat penurunan jumlah satwa liar (Suryo, 2023). Pengetahuan mengenai satwa liar jelas dibutuhkan untuk meminimalisir terjadinya hal-hal buruk bagi satwa liar maupun manusia di sekitarnya.

Kepopuleran konten kreator satwa liar ini lantas dikhawatirkan dapat

memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan. Satwa liar yang seharusnya hidup di alam liar, namun dipelihara oleh manusia secara individu dan semakin dinormalisasi keberadaannya. Sikap sering kali menentukan perilaku seseorang dalam bertindak (Severin & Tankard, 2005:177). Dalam teori perilaku terencana atau *theory of planned behaviour* juga dijelaskan bahwa sikap merupakan salah satu kunci untuk memprediksi niat berperilaku. Seseorang termotivasi untuk melakukan perilaku tertentu sejauh ia memiliki sikap positif terhadap perilaku itu (Ajzen, 1991). Selain itu, memiliki sikap yang positif pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan juga sama saja dengan mencederai kegiatan konservasi alam yang sudah sejak lama digaungkan untuk menyelamatkan satwa dan alam (The Conversation, 2022). Konten kreator satwa liar di YouTube kian mengkhawatirkan karena bisa saja memengaruhi sikap audiens pada kepemilikan satwa liar. Pakar juga menyatakan bahwa para *influencer* yang menjadikan satwa liar sebagai peliharaan memungkinkan peningkatan permintaan satwa liar dan perburuan secara ilegal (Unair, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton konten kreator satwa liar dan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai satwa liar

terhadap sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.

KERANGKA TEORI

Social Media Framework Theory

Teori yang digunakan untuk menjelaskan keterkaitan variabel intensitas menonton konten kreator satwa liar di YouTube dan variabel sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan adalah Social Media Framework Theory. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Lynn A. McFarland dan Robert E. Ployhart, University of South California.

Sosial media menawarkan berbagai fasilitas untuk pertukaran informasi, menciptakan konten, dan saling berkolaborasi dengan orang lain (Elefant dalam McFarland & Polyhart, 2015:1654). Konten adalah informasi yang terdapat di dalam media sosial, baik itu teks tertulis, gambar, video, dan lain-lain. Dikarenakan keberadaannya di internet, maka media sosial merupakan media digital. Terdapat tiga asumsi yang menjadi dasar teori ini (McFarland & Polyhart, 2015:1660-1662), yaitu:

- 1) Rangsangan atau stimulus yang dihasilkan dari konteks media sosial mengubah makna atau interpretasi konsep, konstruksi, atau proses teoritis yang ada.
- 2) Rangsangan atau stimulus yang dihasilkan dari konteks media secara langsung memengaruhi besar dan

arah hubungan antara kognisi, afeksi, dan perilaku.

- 3) Rangsangan atau stimulus yang dihasilkan dari konteks media sosial secara interaktif memengaruhi besaran atau arah hubungan antara kognisi, afeksi, dan perilaku.

Teori ini menjelaskan sifat dan konsekuensi dari media sosial, di mana perkembangan media sosial yang sangat pesat menyebabkan keunikan serta kualitas maupun katakter yang berbeda bagi setiap platform. Akibatnya, hal ini menciptakan peluang dan kendala yang berbeda pada sikap penggunaannya. Dengan demikian, kerangka teoritis social media framework theory menjelaskan bahwa media sosial memberikan wawasan baru tentang bagaimana media sosial mampu memengaruhi kognitif, afektif, dan perilaku orang-orang dalam organisasi.

Efek afektif dalam hal ini merupakan masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Selama pembelajaran, sikap-sikap ini dipelajari dan diubah. Dalam penelitian ini, prinsip dasar yang terkandung ialah di mana para pengguna sosial media YouTube memperoleh emosi atau perasaan tertentu setelah menerima informasi yang disampaikan oleh konten kreator atau social media influencer, termasuk di dalamnya perasaan senang, sedih, kecewa, maupun

cemas yang mampu memengaruhi sikap khalayak. Konten kreator yang mengunggah konten hiburan dengan topik satwa liar sebagai hewan peliharaan dan ditonton secara intens oleh khalayak mampu memberikan emosi tertentu kepada khalayak yang mana hal ini juga dapat membentuk sikap khalayak pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.

Teori Respon Kognitif

Pengaruh tingkat pengetahuan tentang satwa liar terhadap sikap memelihara satwa liar menggunakan Teori Respon Kognitif. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Anthony G. Greenwald untuk mengetahui bagaimana peran kognisi dalam perubahan sikap melalui komunikasi persuasi (Greenwald, 1968). Teori respon kognitif merupakan sebuah pikiran yang muncul pada penerima pesan saat membaca, melihat, atau mendengar komunikasi. Sudah diterima secara luas bahwa kognisi yang berkaitan dengan objek sikap membentuk komponen utama dari struktur sikap terhadap objek tersebut. Kognisi yang dimiliki oleh seseorang berasal dari pembelajaran melalui media komunikasi publik maupun melalui komunikasi tatap muka. Ketika seseorang menerima komunikasi dan dihadapkan pada keputusan untuk menerima atau menolak persuasi, dia mungkin diharapkan untuk mencoba menghubungkan informasi baru dengan sikap, pengetahuan, perasaan, dll. Respon kognitif mengasumsikan bahwa

perubahan sikap dapat dicapai melalui modifikasi dan pembelajaran kognisi yang relevan dengan sikap penerima (Greenwald, 1968:149).

Satwa liar sebagai peliharaan masih marak terjadi di Indonesia, terlebih lagi dengan kemajuan teknologi yang membuat banyaknya muncul konten-konten dengan tema ini bermunculan di internet, khususnya YouTube. Pengetahuan mengenai satwa liar dapat diperoleh apabila seseorang mendapatkan suatu hal atau objek melalui panca inderanya, misalnya seperti membaca informasi mengenai satwa liar, melihat satwa liar, atau mendengar pembicaraan mengenai satwa liar. Ketika seseorang memiliki pemrosesan informasi mengenai satwa liar, maka diasumsikan akan timbul tahap perubahan sikap, di mana masyarakat tidak lagi memiliki sikap yang positif pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.

HIPOTESIS

- H1: Terdapat pengaruh intensitas menonton konten kreator satwa liar terhadap sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.
- H2: Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat mengenai satwa liar terhadap sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan tipe penelitian kuantitatif eksplanatori dengan tujuan untuk menjelaskan suatu hubungan sosial atau peristiwa (Sarantakos, 2013:10). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia, laki-laki maupun perempuan, berusia 16 – 64 tahun, serta penonton konten kreator satwa liar di YouTube. Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan *non-probability* dengan teknik *convenience sampling* berjumlah 100 responden. Data primer didapatkan langsung dari responden melalui persebaran kuesioner dalam bentuk *Google Form*. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan regresi linear sederhana untuk menjelaskan keterkaitan atau pengaruh antar variabel.

PEMBAHASAN

Pengaruh Intensitas Menonton Konten Kreator Satwa Liar di YouTube (X1) terhadap Sikap Masyarakat pada Kepemilikan Satwa Liar sebagai Peliharaan (Y)

Tabel 1. Anova X1 & Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2653.465	1	2653.465	20.984	.000 ^b
	Residual	12392.375	98	126.453		
	Total	15045.840	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel intensitas menonton YouTube satwa liar memiliki pengaruh terhadap sikap

masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai hewan peliharaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 dimana angka ini lebih kecil dari taraf signifikansi (α) = 0,01.

Tabel 2. Koefisien Regresi X1 & Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.064	1.551		16.800	.000
	X1	.093	.020	.420	4.581	.000

a. Dependent Variable: Y

Selain itu arah dari pengaruh ini adalah positif, artinya semakin tinggi intensitas seseorang dalam menonton konten kreator satwa liar sebagai peliharaan di YouTube, maka sikapnya pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan akan semakin meningkat.

Tabel 3. Koefisien Determinasi X2 & Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.420 ^a	.176	.168	11.245

a. Predictors: (Constant), X1

Nilai koefisien determinasi (R square) pada tabel sebesar 0,176 atau 17,6 persen yang artinya variabel intensitas menonton konten kreator satwa liar di YouTube (X1) memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan (Y) sebesar 17,6 persen.

Temuan ini menunjukkan keselarasan dengan landasan *Social Media Framework Theory* yang dikemukakan oleh Lynn A. McFarland dan Robert E. Ployhart, University of South California. *Social media framework theory* menjelaskan media sosial memberikan wawasan baru tentang

bagaimana media sosial mampu memengaruhi kognitif, afektif, dan perilaku orang-orang dalam organisasi. Efek afektif dalam hal ini menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Sikap-sikap dipelajari dan diubah melalui proses yang sama yang terjadi selama pembelajaran.

Teori ini sangat penting dalam penelitian ini, karena teori ini dapat menjelaskan bagaimana penggunaan media sosial yang berbeda dapat memberikan dampak yang berbeda pula pada penggunaannya. Dalam penelitian ini, semakin tinggi intensitas seseorang dalam menyaksikan konten kreator satwa liar di YouTube maka ia akan semakin menyetujui kepemilikan satwa liar sebagai hewan peliharaan.

Pengaruh Tingkat Pengetahuan Mengenai Satwa Liar terhadap Sikap Masyarakat pada Kepemilikan Satwa Liar sebagai Peliharaan

Tabel 4. Anova X2 & Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	954.282	1	954.282	6.637	.011 ^b
	Residual	14091.558	98	143.791		
	Total	15045.840	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan mengenai satwa liar memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan.

Ini ditunjukkan dari nilai signifikansi yang kurang dari angka 0,05.

Tabel 5. Koefisien Regresi X2 & Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.219	3.423		11.458	.000
	X2	-.543	.211	-.252	-2.576	.011

a. Dependent Variable: Y

Selain itu, arah pengaruh ini adalah negatif. Ini berarti, semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat mengenai atwa liar maka sikapnya pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan akan semakin menurun.

Tabel 6. Koefisien Determinasi X2 & Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.252 ^a	.063	.054	11.991

a. Predictors: (Constant), X2

Nilai koefisien determinasi (R square) pada tabel sebesar 0,063 atau 6,3 perse yang artinya variabel intensitas menonton konten kreator satwa liar di YouTube (X2) memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan (Y) sebesar 6,3 persen.

Hal ini kemudian juga menunjukkan keselarasan dengan teori respons kognitif yang dikemukakan oleh Anthony G. Greenwald untuk mengetahui bagaimana peran kognisi dalam perubahan sikap dan hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Dalam teori ini, dikatakan bahwa kognisi yang dimiliki oleh seseorang berasal dari pembelajaran melalui media komunikasi publik maupun melalui komunikasi tatap muka. Ketika seseorang menerima komunikasi dan dihadapkan pada keputusan

untuk menerima atau menolak persuasi, dia mungkin diharapkan untuk mencoba menghubungkan informasi baru dengan sikap, pengetahuan, perasaan, dan lain-lain. Respon kognitif mengasumsikan bahwa perubahan sikap dapat dicapai melalui modifikasi dan pembelajaran kognisi yang relevan dengan sikap penerima.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan responden memiliki pengaruh pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan. Ini berarti, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh responden, maka sikapnya pada kepemilikan satwa liar juga akan semakin negatif.

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Berdasarkan uji regresi linear sederhana variabel intensitas menonton konten kreator satwa liar di YouTube memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar. Ini berarti, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh intensitas menonton YouTube dengan sikap masyarakat diterima dan sejalan dengan yang *Social Media Framework Theory*.
2. Berdasarkan uji regresi linear sederhana antara variabel tingkat pengetahuan mengenai satwa liar dengan sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar, terdapat hasil yang signifikan. Ini artinya, pengetahuan masyarakat mengenai satwa liar memengaruhi

sikapnya pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh tingkat pengetahuan terhadap sikap masyarakat diterima dan sejalan dengan Teori Respon Kognitif.

SARAN

1. Tingkat pengetahuan mengenai satwa liar memengaruhi sikap masyarakat pada kepemilikan satwa liar sebagai peliharaan, oleh karena itu bagi pihak terkait seperti pemerintah, sekolah, maupun aktivis lingkungan untuk dapat memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai satwa liar dan perannya dalam keberlangsungan ekosistem serta risiko apabila menjadikan satwa liar sebagai peliharaan.
2. Intensitas menonton memengaruhi sikap, oleh karena itu salah satu cara untuk meminimalisir sikap positif pada kepemilikan satwa liar adalah dengan cara memperbanyak konten-konten YouTube yang mendukung upaya konservasi dan mengemasnya dengan cara yang menarik, sehingga masyarakat dapat memaknai apa arti konservasi yang sebenarnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat meninjau lebih spesifik nama-nama konten kreator satwa liar di YouTube yang sering ditonton oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Briggs, H. (2020, 09 10). WWF: Satwa liar dalam ancaman 'kemerosotan malapetaka'. Dalam <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-54113014>. Diakses 13 Februari 2023 pukul 22.00.
- DW. (2019). 6 Hal Yang Perlu Anda Tahu Tentang Perdagangan Satwa Liar. Dalam <https://www.dw.com/id/6-hal-yang-perlu-anda-tahu-tentang-perdagangan-satwa-liar/a-50694401>. Diakses pada 18 Februari 2023 pukul 19.43 WIB.
- Greenwald, A. G. (1968). Cognitive Learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change. In A. G. Greenwald, T. C. Brock, & T. M. Ostrom (Eds.), *Psychological Foundations of Attitudes* (pp. 147-170). New York: Academic Press Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-1-4832-3071-9.50012-X>
- Kumpanan. (2020). AKAR Ungkap Perdagangan Satwa Liar di Media Sosial Bernilai Ratusan Juta Rupiah. <https://kumpanan.com/hipontianak/akar-ungkap-perdagangan-satwa-liar-di-media-sosial-bernilai-ratusan-juta-rupiah-1tRCyIQ5oU>. Diakses pada 13 Februari 2023 pukul 21.24 WIB.
- McFarland, L. A., & Ployhart, R. E. (2015). Social media: A contextual framework to guide research and practice. *Journal of Applied Social Psychology*, 45(1), 1-14.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, & Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kecana Prenada Media Grup
- Suryo, T. (2023). Satwa Liar Mengapa Penting untuk Dilindungi? Dalam <https://wanaswara.com/mengapa-satwa-liar-perlu-dilindungi/>. Diakses pada 22 Februari 2023 pukul 13.54 WIB.
- THE CONVERSATION. (2022). Mengapa pamer konten satwa liar di media sosial membahayakan upaya konservasi Indonesia. Dalam <https://theconversation.com/mengapa-pamer-konten-satwa-liar-di-media-sosial-membahayakan-upaya-konservasi-indonesia-185152>. Diakses pada 19 Februari 2023 pukul 23.08 WIB.
- Universitas Airlangga. (2022). Pakar UNAIR Imbanu Masyarakat Tidak Pelihara Satwa Liar. Dalam <https://www.unair.ac.id/pakar-unair-imbau-masyarakat-tidak-pelihara-satwa-liar/>

[satwa-liar/](#). Diakses pada 10
November 2022 pukul 10.01 WIB.

Vail, R. M. (2018). *Wildlife as Pets:
Reshaping Public Perceptions
Through Targeted Communication*.
www.wildawareutah.org

Webster, J. (2016). *Animal Welfare:
Freedoms, Dominions and "A life
Worth Living"*. MDPI, 2.