

Abstrak

Munculnya banyak masyarakat pemelihara hewan merupakan sebuah fenomena dalam kehidupan di masa pandemi. Dampak dari fenomena tersebut adalah munculnya kesadaran anggota masyarakat untuk menjaga dan melindungi hewan-hewan yang terlantar. Di sisi lain, pengelolaan hewan-hewan terlantar tersebut membutuhkan bantuan dana dan perhatian khusus. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap *shelter* hewan terutama *shelter* anjing yang ada di Kota Bandung. Dengan adanya peningkatan kesadaran khalayak maka akan lebih banyak khalayak yang mengadopsi, maupun memberikan bantuan donasi kepada *shelter*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu melalui wawancara, observasi, studi pustaka. Teori yang digunakan untuk merangkai penelitian ini AISAS, AOI, dan metode SWOT untuk membedah strategi kampanye. Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat menambah *awareness* terhadap keberadaan *shelter* anjing di Bandung. Selain itu penelitian ini menjadi penyalur informasi yang memberikan bantuan bagi *shelter* di Bandung terutama *shelter* Give Dogs Second Chance.

Kata Kunci: kampanye sosial, strategi kampanye, media sosial, *shelter* anjing