

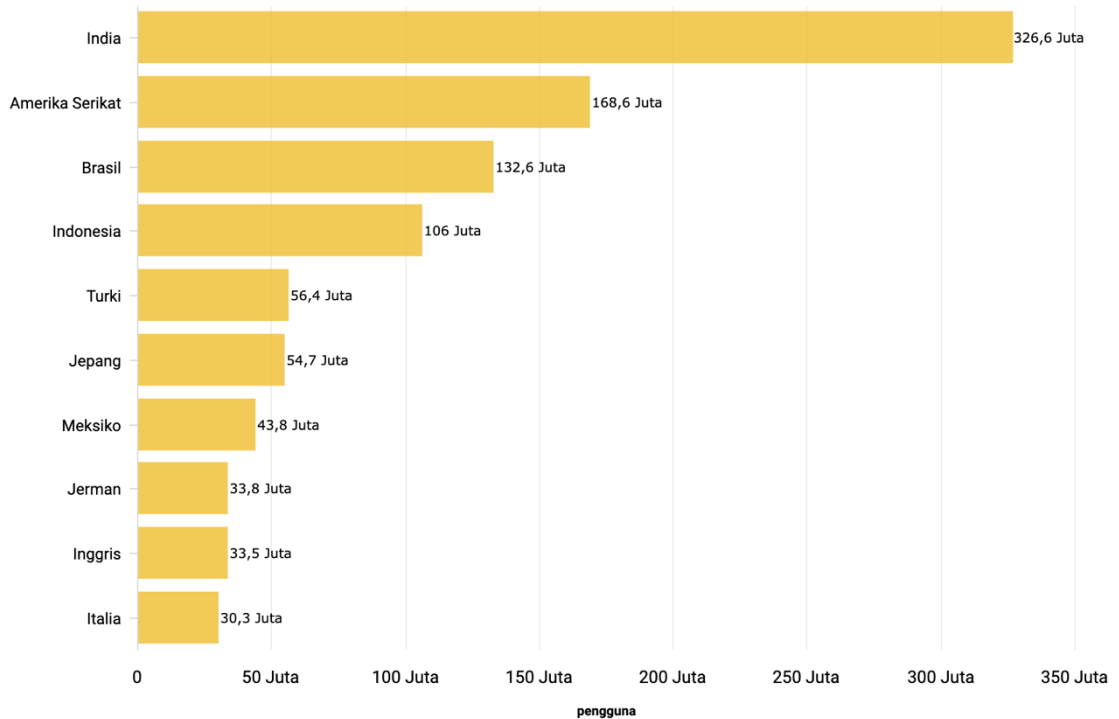
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi, internet menjadi salah satu alat yang banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi. Media sosial adalah platform dimana penggunanya dapat dengan mudah mengakses internet, berinteraksi, dan mencari informasi melalui berbagai situs seperti YouTube, Instagram, dan Tiktok serta situs media sosial lainnya (Fitriani, 2021). Aplikasi media sosial memungkinkan penggunanya berkomunikasi, berdiskusi, berbagi foto dan video secara *real time* serta terlibat dalam berbagai interaksi sosial dengan pengguna lainnya.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer terutama dikalangan remaja (Widyaputri et al., 2022). Pada gambar 1.1, terdapat data dari We Are Social yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia (Annur, 2023). Terhitung pada bulan April 2023, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sebanyak 106 juta orang. Media sosial ini menawarkan berbagai macam bentuk fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi seperti mengunggah foto dan video, *instastory*, *reels*, *direct message* (DM), dan lain-lainnya. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pengguna media sosial untuk menggunakan berbagai fitur yang ada di media sosial dalam mencari dan mempelajari konten yang berisi edukasi atau pembelajaran digital (Fitriani, 2021).



GAMBAR 1.1 JUMLAH PENGGUNA INSTAGRAM TERBANYAK (APRIL 2023)

Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

(Diakses pada 13 November 2023, pukul 21.05 WIB)

Nijman & Nekaris (2017) menyebutkan bahwa dengan muncul dan popularitas dari buku serta film Harry Potter memicu tingkat perburuan dan pemeliharaan burung hantu. Hal tersebut dibuktikan melalui perdagangan burung hantu yang masih sedikit di pasar burung Indonesia dari tahun 1970-an hingga 2012. Sebelum awal tahun 2000-an, burung hantu jarang terlihat di pasar burung. Survei di seluruh Indonesia dari tahun 1970-an hingga 1990-an mendokumentasikan sangat sedikit burung hantu yang dijual, dengan sebagian besar penampakan adalah burung hantu scops dan sesekali burung hantu buffy fish. Setelah tahun 2000, jumlah burung hantu di pasar burung meningkat. Studi di Medan (1997-2001) dan Jakarta (2010-2012) menunjukkan adanya peningkatan jumlah burung hantu yang ditawarkan untuk dijual, dengan jenis yang lebih beragam, termasuk burung hantu lumbung Australia, burung hantu teluk Oriental, dan burung hantu elang larangan. Hal ini menunjukkan

adanya potensi peningkatan perdagangan burung hantu sekitar awal tahun 2000-an, bertepatan dengan dirilisnya film Harry Potter yang mempopulerkan burung hantu.

Perdagangan burung hantu di pasar burung Indonesia terutama di Pulau Jawa dan Bali pada April 2012 sampai dengan November 2016 diketahui mencapai 1.810 ekor (Nijman & Nekaris, 2017). Jenis burung hantu yang paling sering dijual adalah Celepuk Jawa, dengan total penjualan sebanyak 1.052 ekor, namun penjual yang melakukan penjualan burung hantu ini belum tentu paham tentang cara perawatan hingga jenis burung hantu yang mereka jualkan secara baik dan benar. Selain itu, para penjual juga tidak terlalu memperhatikan kenyamanan dan keamanan dari burung itu sendiri sehingga kondisi burung tersebut tidak dalam keadaan yang baik dan bahkan mati di kemudian hari.

Owls traded in wildlife markets in Java and Bali, April 2012–November 2016. N = number of surveys conducted. N.I. = owls other than scops owls not identified to species level. T = *Tyto*, P. = *Phodilus*, B. = *Bubo*, O. = *Otus*, N = *Ninox*, S. = *Strix*, G. = *Glaucidium*.

Market	N	<i>T. javanica</i>	<i>P. badius</i>	<i>B. ketupu</i>	<i>O. lempij</i>	Otus sp	Other	Sum
<b>DKI Jakarta</b>								
Barito	13	14	9	1	13	178	1 <i>B. sumatranus</i> , 1 <i>N. scutulata</i> , 28 N.I.	245
Jatinegara	17	110	54	7	142	364	6 <i>S. seloputo</i> , 1 <i>N. scutulata</i> , 48 N.I.	732
Pramuka	5	10	3	1	19	89		124
<b>West Java</b>								
Sukabumi, Pasundan	3					4		4
Bogor, Tan Empang	3	2	1			8	1 <i>G. castanopterum</i>	12
Bandung, Sukahaji	17	17	3	3	54	115	1 <i>B. sumatranus</i> , 2 <i>B. leptogrammica</i> , 3 <i>S. seloputo</i> , 4 <i>N. scutulata</i> , 68 N.I.	270
Bandung, BIP	14	12	1	1	2	27	1 <i>G. castanopterum</i> , 12 N.I.	56
Garut, Mawar	9	2			1	6	7 N.I.	16
Garut, Kerkhof	6	3	4	2	11	10	2 <i>G. castanopterum</i> , 1 <i>B. sumatranus</i>	32
Tasikmalaya, Cikurubuk	2	1				3	1 N.I.	5
Ciamis, Ciamis	1							0
Kuningan, Cikuray	1							0
Cirebon, Plered	2		1			23		24
<b>DI Yogyakarta</b>								
Ngasem	2	5	2		22	18		47
<b>East Java</b>								
Surabaya, Kupang	2	4				78		82
Surabaya, Bratang	2	13	2	1		19		35
Bondowoso	1					3		3
Banyuwangi, Pujasera	1				2	1		3
<b>Bali</b>								
Mengwi, Bringkit	2					70		70
Denpasar, Satria	6	2	3	2	3	36	1 <i>G. castanopterum</i> , 3 N.I.	50
<b>Sum</b>	<b>102</b>	<b>195</b>	<b>83</b>	<b>18</b>	<b>269</b>	<b>1052</b>		<b>1810</b>

GAMBAR 1.2 PERDAGANGAN BURUNG HANTU PADA BEBERAPA PASAR BURUNG DI PULAU JAWA DAN BALI

Sumber: Nijman & Nekaris, 2017

Selain itu, Diyah Wara Restiyati (2022: 45-46) menyatakan bahwa pada tahun 2019 jumlah burung hantu yang dijual pada beberapa pasar burung di Pulau Jawa

yaitu sebanyak 75 jenis Celepuk Reban dan 12 jenis Serak Jawa. Terdapat empat pasar yang menjadi tempat perdagangan burung hantu yaitu Pasar Pramuka dan Jatinegara yang ada di Jakarta, Pasar Pasti di Yogyakarta, dan Pasar Burung di Surabaya.

No	Nama dan Lokasi Pasar	Jumlah Kios	Jumlah Keseluruhan dan Jenis Burung Hantu yang Dijual
1	Pasar Pramuka Jakarta	5	25 jenis celepuk reban dan 2 jenis serak jawa
2	Pasar Jatinegara Jakarta	5	15 jenis celepuk reban dan 3 jenis serak jawa
3	Pasar Pasti Yogyakarta	4	20 jenis celepuk reban dan 5 jenis serak jawa
4	Pasar Burung Surabaya	3	15 jenis celepuk reban dan 2 jenis serak jawa

GAMBAR 1.3 JUMLAH PEDAGANG DAN BURUNG HANTU YANG DIJUAL PADA BEBERAPA PASAR BURUNG DI PULAU JAWA

Sumber: Restiyati, 2022

Berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 92 Tahun 2018 pada Pasal 1 yaitu terdapat 16 jenis burung hantu yang dilindungi antara lain Celepuk jawa (*Otus angelinae*), Pungguk merah-tua (*Ninox ios*), Serak minahasa (*Tyto inexpectata*), dan lainnya (Laily, 2021). Masyarakat dapat memelihara satwa yang dilindungi dengan tujuan membantu pemerintah menjaga dan melestarikan populasi satwa tersebut. Tentunya, hal ini harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh BKSDA (Badan Konservasi Sumber Daya Alam) (Indonesia.go.id, 2019).

Pemeliharaan burung hantu yang tidak memperhatikan kesejahteraan hewan dan tidak mengikuti standar pemeliharaan yang baik dan benar dapat mengakibatkan kondisi burung hantu menjadi buruk atau sakit, bahkan akan mati dalam beberapa hari atau bulan (Restiyati, 2022:46). Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi yang tersedia tentang satwa ini masih tergolong minim. Kurangnya edukasi dan pengetahuan masyarakat tentang burung hantu dapat berakibat fatal, baik bagi kelestarian spesiesnya di alam liar maupun bagi kesejahteraan burung hantu yang dipelihara.

Dengan turunnya populasi burung hantu juga membuat para petani tidak bisa mengoptimalkan pemanfaatan dari keberadaan burung ini. Sebagai salah satu contoh dari pemanfaatan burung hantu yaitu pada wilayah Jawa Barat, Serak Jawa dikenal dengan nama Bueuk atau Koreak yang berperan sebagai pengendali populasi tikus di lahan pertanian (Partasasmita, 2015). Selain itu, pada Desa Tlogoweru, Kecamatan Guntur, Kabupaten Demak yang memanfaatkan Tyto Alba atau Serak Jawa sebagai pembasmi hama tikus pertanian (Arifin & Christiani, 2017) dan pada Desa Bener, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten yang juga memanfaatkan Burung Hantu sebagai pengendali tikus sawah (Primadani et al., 2020).

Dalam Buku *The Social Media Bible* (Safko & Brake, 2009), media sosial merupakan platform yang didukung oleh empat pilar strategi konten media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Keempat pilar ini memungkinkan platform untuk berfungsi dengan baik dan membuat strategi yang telah dirancang dapat bekerja secara maksimal. Pada dasarnya, media sosial berfungsi untuk memungkinkan percakapan terjadi di antara audiens dan pasar. Dari perspektif perusahaan tentunya perlu mempertimbangkan bagaimana audiens dapat berbicara mengenai hal-hal yang dapat membantu atau mendorong perusahaan untuk menghasilkan pendapatan.

Penelitian ini menganalisis @sibur.han sebagai media edukasi dan informasi burung hantu. Selain @sibur.han, terdapat beberapa Instagram lain yang juga membahas mengenai burung hantu, yaitu @bangbungowl dan @opos\_sidoarjo.

TABEL 1.1 AKUN INSTAGRAM SEJENIS DENGAN @SIBUR.HAN

Aspek	Akun Instagram		
		@bangbungowl	@opos_sidoarjo

<p><b>Profil</b></p>			
<p><b>Jumlah Pengikut</b></p>	<p>1.762</p>	<p>638</p>	<p>564</p>
<p><b>Jumlah Konten</b></p>	<p>312</p>	<p>176</p>	<p>205</p>
<p><b>Pengemasan</b></p>	<p>Dokumentasi kegiatan dan beberapa konten dibuat dalam bentuk poster</p>	<p>Dokumentasi kegiatan dan beberapa konten dibuat dalam bentuk poster</p>	<p>Semua konten dibuat dalam bentuk poster</p>
<p><b>Fokus</b></p>	<p>Lebih fokus pada kegiatan offline</p>	<p>Lebih fokus pada kegiatan offline</p>	<p>Menyeluruh (jenis burung hantu, fakta menarik, tips memelihara)</p>
<p><b>Aktivitas</b></p>	<p>Tidak terlalu aktif</p>	<p>Tidak terlalu aktif</p>	<p>Aktif (menjawab pertanyaan, komentar)</p>

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 1.1 merupakan hasil pra-riset yang telah dilakukan, berdasarkan paparan tabel tersebut mengenai akun-akun Instagram yang membahas seputar burung hantu, akun lainnya tidak mengemas konten secara menarik dan pembahasan seputar burung hantu cenderung minim. Selain itu, *engagement* yang didapatkan akun @sibur.han lebih banyak dari segi *likes* dan komentar dibandingkan dengan akun lainnya. Walaupun jumlah pengikut yang ada pada akun @sibur.han sedikit, namun akun Instagram ini merupakan akun yang aktif hingga sekarang dalam mengedukasi burung hantu.

Berdasarkan dengan penjelasan yang telah dijabarkan, maka penelitian ini didasari dengan tujuan memberikan pengetahuan baru dalam ilmu sosial yang merujuk kepada konten dalam media sosial sebagai sarana penyebaran edukasi dan informasi. Khususnya pada konten edukasi dan informasi mengenai pemeliharaan satwa liar. Hal ini dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang memelihara tanpa mengetahui bagaimana cara merawat satwa tersebut. Urgensi ini akan dikaitkan dengan salah satu satwa liar yang banyak dipelihara oleh masyarakat yaitu burung hantu. Untuk mengetahui bagaimana konten pada Instagram dapat menyebarkan edukasi dan informasi mengenai burung hantu. Dalam penelitian ini akan mengkaji @sibur.han yang telah memberikan berbagai konten mengenai pemeliharaan burung hantu. Maka topik penelitian yang akan diangkat adalah isi konten mengenai pemeliharaan burung hantu pada @sibur.han.

Penelitian terdahulu mengenai konten Instagram sebagai media edukasi dan informasi telah terlebih dahulu dilakukan. Arrum, Ilham, dan Feri (2023) telah meneliti mengenai Instagram sebagai media informasi pandemi Covid-19 pada akun @Pandemictalks, penelitian yang dilakukan membahas mengenai bagaimana media sosial Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi seputar pandemi Covid-19 pada akun @pandemictalks. Penelitian tersebut menggunakan teori kekayaan media (*Media Richness Theory*) yaitu keragaman isyarat informasi, kesegeraan informasi, variasi bahasa informasi, dan sumber personal. Sedangkan pada penelitian ini, membahas mengenai konten @sibur.han sebagai media penyebaran edukasi dan informasi burung hantu dengan menggunakan teori 4 Pilar strategi konten media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Selanjutnya, Dian dan Abdul (2020) telah meneliti instagram @parentalk.id sebagai media informasi edukasi parenting dengan menggunakan pendekatan studi

fenomenologi. Sedangkan penelitian ini menganalisis konten instagram sebagai media edukasi dan informasi burung hantu yang berfokus pada akun @sibur.han dengan menggunakan pendekatan analisis isi.

Penelitian mengenai analisis konten Instagram masih terbatas pada subjek tertentu. Hal ini didasarkan mengenai penemuan seputar pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran edukasi dan informasi yang terbatas pada brand-brand besar. Selain itu, penggunaan teori 4 pilar strategi konten media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan pada penelitian terdahulu masih terbatas. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan melakukan pembaruan mengenai pemanfaatan Instagram dalam menyebarkan konten edukasi dan informasi mengenai burung hantu. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini akan terfokus pada @sibur.han sebagai media penyebaran edukasi dan informasi yang dilakukan dengan menerapkan teori 4 pilar strategi konten media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan dan analisis isi.

Dari pembahasan di atas dapat diketahui bahwa pemahaman dan pengetahuan akan cara memelihara burung hantu di Indonesia masih kurang dan dibutuhkannya edukasi yang lebih banyak mengenai burung hantu. Tentunya dengan perkembangan teknologi saat ini, penyebaran informasi tersebut dapat dilakukan melalui media sosial, salah satu media sosial yang memiliki konten berisi informasi dan edukasi mengenai burung hantu adalah akun @sibur.han. Selama melakukan beberapa survey, @sibur.han dipilih karena konten-konten yang dibuat dan diunggah termasuk dalam akun yang masih aktif dalam mengedukasi dan memberikan informasi seputar burung hantu. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki judul yaitu “Instagram @Sibur.han Sebagai Media Penyebaran Edukasi dan Informasi Burung Hantu (Analisis Konten Berdasarkan 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial)”

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten @sibur.han sebagai media penyebaran edukasi dan informasi yang membahas seputar burung hantu berdasarkan 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan.



### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, didapatkan pertanyaan bagi penelitian yaitu:

Bagaimana konten @sibur.han sebagai media penyebaran edukasi dan informasi burung hantu berdasarkan 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari uraian yang sudah dijelaskan di atas, diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Bermanfaat untuk mengembangkan pesan edukatif di media sosial yang efektif dalam pemanfaatan platform media sosial untuk mengedukasi.
- 2) Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat pesan edukatif dalam pemanfaatan platform media sosial untuk mengedukasi.
- 3) Dapat menjadi referensi akademik dari teori-teori yang bersangkutan dan menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain :

1) Bagi akun media sosial

Memberikan informasi terkait pesan edukasi yang diterapkan pada platform Instagram @sibur.han dalam mengedukasi masyarakat mengenai burung hantu.

2) Bagi akademisi

Menambah pengetahuan mengenai cara aplikasi dan filterisasi konten edukatif dan non-edukatif pada penggunaan media sosial

### **1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian yang akan dilakukan yaitu mulai dari September 2023. Dengan rincian waktu sebagai berikut :

TABEL 1.2 RINCIAN WAKTU PENELITIAN

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian								
		Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024
1.	Mencari tema dan topik penelitian									
2.	Penyusunan Bab I									
3.	Penyusunan Bab II									
4.	Penyusunan Bab III									
5.	Desk Evaluation									
6.	Revisi Desk Evaluation									
7.	Penyusunan Bab IV									
8.	Penyusunan Bab V									
9.	Sidang Skripsi									

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Lokasi dari penelitian ini akan tertuju pada akun Instagram @sibur.han