

# INSTAGRAM @SIBUR.HAN SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN EDUKASI DAN INFORMASI BURUNG HANTU (Analisis Konten Berdasarkan 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial)

Diandra Rahasti Haryono<sup>1</sup>, Agus Aprianti<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, [diandrasahasti@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:diandrasahasti@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup> Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, [agusaprianti@telkomuniversity.ac.id](mailto:agusaprianti@telkomuniversity.ac.id)

## **Abstract**

*The diversity of ecosystems in Indonesia is very diverse. However, Indonesia is also experiencing a decline in biodiversity (plants and animals), including owls. Hunting and trade of owls is one of the factors in the decline of owl populations. In addition, understanding about owls is also still minimal. Of course, with the development of technology today, the dissemination of information can be done through social media. One of the social media that has content containing information and education about owls is the @sibur.han account. The purpose of this study is to analyze the social media content of Instagram @sibur.han as a medium for disseminating education and information about owls based on the 4 Pillars of Social Media Content Strategy theory, namely communication, collaboration, education, and entertainment. The method used in this research is qualitative content analysis. Based on these 4 pillars, the @sibur.han account has covered the pillars of communication, education, and entertainment. However, uploads on the collaboration pillar are still minimal. Suggestions for further research, it is recommended to use the interview method to further strengthen the data to be taken.*

*Keywords: Content Analysis, Owl Education, 4 Pillars of Social Media Content Strategy, Instagram Content*

---

## **Abstrak**

Keanekaragaman ekosistem di Indonesia sangat beragam. Akan tetapi Indonesia juga mengalami penurunan tingkat keanekaragaman hayati (tumbuhan dan hewan), salah satunya burung hantu. Perburuan dan perdagangan burung hantu menjadi salah satu faktor turunnya populasi burung hantu. Selain itu, pemahaman mengenai burung hantu juga masih minim. 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. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten media sosial Instagram @sibur.han sebagai media penyebaran edukasi dan informasi yang membahas seputar burung hantu berdasarkan teori 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis isi kualitatif. Berdasarkan 4 pilar tersebut, akun @sibur.han sudah mencakup pilar komunikasi, edukasi, dan hiburan. Namun, unggahan pada pilar kolaborasi masih minim. Saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode wawancara agar lebih memperkuat data yang akan diambil.

Kata Kunci : Analisis Konten, Edukasi Burung Hantu, 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial, Konten Instagram

---

## **I. PENDAHULUAN**

Salah satu media sosial yang populer terutama dikalangan remaja adalah Instagram (Widyaputri et al., 2022). Media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk menyediakan konten edukasi atau pembelajaran digital karena saat ini pengguna media sosial di Indonesia sangatlah banyak. Nijman & Nekaris (2017) menyebutkan bahwa dengan muncul dan popularitas dari buku serta film Harry Potter memicu tingkat perburuan dan pemeliharaan burung hantu. 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 dalam upaya membantu pemerintah menjaga dan melestarikan populasi burung hantu. 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 pembasmi hama tikus.

Terdapat pra-riset yang dilakukan untuk meneliti Instagram lainnya yang membahas burung hantu untuk dijadikan perbandingan dengan akun @sibur.han, yaitu @bangbungowl yang bertempat di Bandung dan @opos\_sidoarjo di Sidoarjo. Hasil dari pra-riset menunjukkan bahwa akun Instagram lainnya yang membahas seputar burung hantu, tidak mengemas konten burung hantu secara menarik dalam mengedukasi dan memberikan informasi. Selain itu, *engagement* yang didapatkan akun @sibur.han lebih banyak dari segi *likes* dan komentar dibandingkan dengan akun lainnya. Dalam Buku *The Social Media Bible* (Safko & Brake, 2009), terdapat empat pilar strategi konten media sosial untuk mendukung 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 terdahulu mengenai konten Instagram sebagai media edukasi dan informasi telah terlebih dahulu dilakukan. Arrum, Ilham, dan Feri (2023) telah meneliti mengenai sarana informasi pandemi Covid-19 pada Instagram @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*) khususnya keragaman sinyal informasi, kedekatan informasi, perbedaan bahasa informasi, dan sumber individu. Sedangkan pada penelitian ini, membahas mengenai konten Instagram @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.

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, akun Instagram @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)”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten media sosial Instagram @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.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang sangat sederhana dan mudah dipahami telah dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Hal ini menjelaskan bahwa pada hakikatnya komunikasi massa didistribusikan kepada khalayak yang tersebar luas, anonim, dan heterogen melalui media massa. Jadi pesan atau informasi yang sama dapat dikirimkan pada waktu yang bersamaan. Sekalipun suatu pesan atau informasi disampaikan kepada khalayak yang relatif banyak, namun jika tidak dilakukan melalui media massa, maka hal tersebut tidak dapat dianggap sebagai kegiatan komunikasi massa.

### 2.2 Media Digital

Media baru disebut juga dengan media digital baru. Media digital adalah media yang isinya merupakan kombinasi berbagai jenis data, teks, audio, dan gambar yang disimpan dalam bentuk digital dan didistribusikan melalui jaringan luas berbasis kabel optik, satelit, dan gelombang mikro (Flew, 2008). Media elektronik baru ini terdiri dari beberapa sistem teknis, termasuk sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pengambilan informasi, sistem tampilan gambar (menggunakan kombinasi teks dan grafik yang fleksibel) dan sistem kendali (terkomputerisasi). Media digital adalah media elektronik yang disimpan dalam format digital (non analog) yang dapat digunakan untuk menyimpan, mengirim, dan menerima informasi digital. Masyarakat mulai menghadapi gaya baru dalam memproses dan menyebarkan informasi digital, Internet, WWW (*World Wide Web*) dan kemampuan multimedia. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path dan YouTube merupakan jenis media digital baru yang masuk dalam kategori media online. Jenis media digital baru ini memungkinkan Masyarakat untuk mengekspresikan diri seperti berkomunikasi, berpartisipasi, menjangkau, dan berjejaring secara online. Selain itu, terdapat jenis media digital baru lainnya seperti: komputer atau laptop, cakram serbaguna digital, cakram video kompak, pemutar musik portabel, telepon pintar, video game, dan realitas virtual.

### 2.3 Media Sosial

Media sosial mengacu pada platform di Internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara daring. Hal ini memungkinkan individu, kelompok, dan organisasi untuk berpartisipasi dalam komunikasi dua arah. Terdapat enam jenis media sosial yang banyak digunakan masyarakat, yaitu media jejaring sosial, blog, mikroblog, media berbagi, penanda sosial, dan media konten bersama (Ayesha Ivonne et al., 2022).

### 2.4 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial

Menurut Lon Safko dan David K. Brake dalam buku *The Social Media Bible* (2009), terdapat 4 pilar yang dibutuhkan untuk memaksimalkan penggunaan platform media sosial, antara lain:

#### 1. Komunikasi

Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah dan kelompok, komunikasi dapat terjadi ketika pemilik akun media sosial membangun percakapan dengan target sasarannya. Pemilik akun dapat menerima umpan balik tentang apa yang mereka komunikasikan kepada audiens yang menuliskan pendapat pada kolom komentar. Dalam media sosial, terdapat alat yang dapat mengukur traffic website atau informasi detail mengenai konten yang diunggah seperti jumlah penonton, komentar, likes dan lainnya.

#### 2. Kolaborasi

Kolaborasi berfokus pada sosial media yang melakukan kolaborasi dengan komunitas tertentu. Hal ini tentunya bertujuan untuk mendapatkan minat dari audiens sehingga mengembangkan sosial media tersebut. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan suatu komunitas tertentu, dapat menciptakan kolaborasi yang baik berupa timbal balik yang positif antara kedua belah pihak.

#### 3. Edukasi

Salah satu proses berbagi ilmu di media sosial yaitu dengan mengunggah konten yang memiliki pesan edukasi. Konten edukasi di media sosial dapat menciptakan koneksi dengan target audiens. Keahlian orang-

orang yang ada di dalam suatu instansi maupun keahlian audiens dapat dimanfaatkan dengan ikut andil dalam melakukan edukasi sesuai keahlian mereka untuk meningkatkan citra instansi tersebut.

#### 4. Hiburan

Setiap instansi memiliki keunikannya masing-masing untuk menghibur audiens. Namun, perlu diingat bahwa setiap orang mempunyai selera humor yang berbeda-beda. Terdapat konten yang dianggap lucu oleh sebagian orang dan sebagiannya lagi tidak menganggap lucu. Akan tetapi, hal ini bukan menjadi hambatan untuk instansi tersebut dalam menghibur audiens. Instansi dapat membuat konten yang menarik dan memikat tanpa harus memiliki unsur humor di dalamnya.

#### 2.5 Instagram

Instagram merupakan media sosial yang menawarkan fitur untuk mengunggah berbagai jenis foto dan video secara online serta fitur filter digital yang dapat digunakan pengguna untuk menggunakannya ketika mengunggah di story. Para pengguna juga dapat berinteraksi melalui kolom komentar maupun DM (direct message). Kegunaan utama yang dimiliki Instagram adalah platform yang dapat mengunggah dan berbagi foto kepada pengguna lainnya. Fitur share location juga dapat digunakan untuk memberitahu pengguna lain mengenai lokasi unggahan tersebut diambil. Pengguna Instagram dapat mendapatkan umpan balik dengan memberikan komentar dan tanda suka (like) pada aplikasi Instagram (Aditya, 2015).

#### 2.6 Burung Hantu

Burung hantu merupakan predator yang aktif sebagai pemangsa vertebrata kecil seperti reptil, burung, amfibi, mamalia, dan juga invertebrata seperti serangga. Burung ini tidak hanya sebagai predator saja di malam hari. Akan tetapi mempunyai manfaat membantu para petani dalam pengendalian hama tikus sawah di beberapa daerah pertanian, seperti di Desa Bener, Desa Babahan dan Senganan, dan Kecamatan Semboro. Pemanfaatan burung hantu ini berhasil menurunkan laju populasi tikus yang menjadi hama bagi pertanian di daerah tersebut. Selain itu kegiatan ini juga menjadi alternatif dalam pelestarian dan konservasi burung hantu yang semakin menurun populasinya akibat perburuan dan perdagangan burung ini. Teknik ini pun akan memberikan efek jangka panjang bagi efektifitas perkembangan burung hantu dan juga biaya pengendaliannya (Haryadi et al., 2016).

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Menurut Denzin & Lincoln (Denzin, 2010), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan fenomena alami dengan tujuan menjelaskan apa yang terjadi dengan menggunakan berbagai metode kualitatif yang ada. Analisis isi yang baik mengarah pada proses penelitian integrasi dan digunakan dalam arti menemukan dan mengidentifikasi serta mengorganisasikan dan menganalisis dokumen dengan tujuan memahami makna serta kepentingan dan relevansinya (Bungin, 2011: 203). Objek pada penelitian ini adalah isi konten media sosial Instagram @sibur.han dengan rentang waktu dimulai dari 30 Januari 2023 sampai dengan 12 Januari 2024 berdasarkan Tingkat *engagement* tertinggi. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi non-partisipan, studi Pustaka, dan dokumentasi. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan membagi empat kategori yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan berdasarkan teori 4 Pilar Strategi Konten Media Sosial.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis Konten Komunikasi

Pilar pertama yaitu komunikasi dijelaskan oleh Safko & Brake (2009: 675-676) bahwa setiap perusahaan atau merek tentunya akan melakukan upaya tertentu untuk berkomunikasi dengan audiensnya. Dari beberapa konten Instagram @sibur.han yang telah dianalisis, konten informasi merupakan salah satu konten yang sering diunggah oleh Instagram ini. Untuk mengetahui keberhasilan dari konten informasi, dapat diukur melalui umpan balik yang diberikan oleh audiens melalui *like* dan komentar.



Gambar 4.1 Tampilan Konten Informasi @sibur.han 21 Juni 2023

Konten yang diunggah pada tanggal 21 Juni 2023 pada gambar 4.1 mendapatkan 48 likes dan 6 komentar. Dalam konten tersebut terdapat burung hantu yang sedang bertengger di dahan pohon dengan matanya yang besar sedang menatap tajam ke arah kamera. Burung hantu yang menatap tajam ke arah kamera dapat menarik perhatian dan mendorong audiens untuk mempelajari lebih lanjut tentang burung hantu. Pesan yang tercantum dalam konten tersebut memberikan informasi seputar fungsi alis pada burung hantu. Dijelaskan bahwa alis burung hantu berfungsi sebagai indikator yang dirasakan oleh burung hantu. Jika sedang dalam keadaan yang berbahaya, alis tersebut menjumbai ke atas, namun ketika sedang santai maka alis tersebut akan normal. Selain itu, terdapat beberapa kata yang di bold yaitu indikator ekspresi/mood dan menjumbai ke atas. Hal ini dilakukan sebagai bentuk penegasan sehingga audiens mudah memahami isi dari konten tersebut.

#### 4.2 Analisis Konten Kolaborasi

Lon Safko dan David K. Brake dalam bukunya *The Social Media Bible: Tactics, Tools, & Strategies* (2009: 676-678) disebutkan bahwa pilar kolaborasi diartikan dengan berinteraksi atau bekerja sama dengan komunitas tertentu dengan tujuan menjangkau khalayak yang lebih luas agar informasi dapat tersebar luas. Konten terkait kolaborasi yang dilakukan akun ini terhitung sangat sedikit. Salah satu kolaborasi ternama yang ada adalah dengan sebuah rumah sakit hewan yang memiliki spesialisasi pada hewan unik terutama burung hantu.



Gambar 4.2 Tampilan Konten Kolaborasi @sibur.han 28 Agustus 2023

Gambar 4.2 merupakan konten yang diunggah pada tanggal 28 Agustus 2023, pada unggahan ini terdapat 16 like dan 3 Komentar. Terdapat 2 foto pada konten tersebut yang dapat di swipe. Pada foto pertama, terdapat gambar tiga burung hantu dan seseorang yang menggunakan scrub, stetoskop, dan papan yang menunjukkan bahwa dia adalah seorang dokter. Terdapat judul dari konten tersebut yaitu Modernvet melayani penanganan hewan eksotik, termasuk burung hantu. Di bagian kanan bawah terdapat tulisan bahwa informasi, spesialis, Lokasi, dan reservasi mengenai Modernvet terdapat pada halaman selanjutnya. Pada foto kedua, terdapat gambar seorang Exotic Pet Veterinarian yaitu Dr. Caesar. Modernvet buka setiap hari Sabtu pukul 8 pagi sampai dengan 5 sore dan berlokasi di Jl. Guntur No. 48, Kuningan, Jakarta Selatan. Reservasi dapat dilakukan melalui aplikasi Modernvet yang dapat diunduh di Google Play Store maupun Apple Store. Akun @sibur.han bekerjasama dengan tempat ini untuk menaikkan awareness terhadap pentingnya penanganan burung hantu yang baik dan benar.

#### 4.3 Analisis Konten Edukasi

Menurut Lon Safko dan David K. Brake (2009: 679-680), pilar edukasi adalah bagaimana isi pesan dan informasi yang disebarkan dapat bermanfaat bagi khalayak luas. Banyak sekali edukasi yang diberikan dan dapat diambil oleh masyarakat terkait dengan tata cara penanganan burung hantu yang baik dan benar. Terhitung semenjak tahun 2021 hingga saat ini tahun 2024 akun ini masih mengunggah banyak edukasi burung hantu secara rutin dan

bervariatif. Sebagai referensi konten selanjutnya pun @sibur.han lakukan melalui interaksi dengan orang yang berkomentar pada unggahannya.



Gambar 4.3 Tampilan Konten Edukasi @sibur.han 28 November 2023

Gambar 4.3 merupakan konten yang diunggah pada tanggal 28 November 2023 yang mendapatkan 36 likes dan 12 komentar, konten ini termasuk dalam konten “Si Burhan Komenin Komenan”. Sibur.han mengunggah konten berbentuk video guna membalas komentar dari audiens, konten ini memberikan edukasi seputar pemberian pakan burung hantu menggunakan ayam kampung dewasa yang dipotong sendiri. Konten tersebut dibuat untuk membalas salah satu komentar yang dilontarkan oleh audiens yaitu “Min klo owl di kasih pakan ayam kampung dewasa potong sendiri aman gk?”. Dalam konten tersebut, admin @sibur.han menjelaskan bahwa ayam kampung aman dikonsumsi karena ayam kampung tidak disuntik hormon atau kimia seperti ayam potong biasa yang dijual di pasar. Ayam potong biasanya dijual dipinggir jalan sehingga terkena lalat dan debu-debu atau kotoran. Caption yang dituliskan pada konten tersebut yaitu “Tapi ayam kampung lebih enak dibikin opor (emot menangis)”

#### 4.4 Analisis Konten Hiburan

Pilar yang terakhir yaitu pilar hiburan yang merupakan bagaimana pesan dikemas agar isi pesan atau informasi yang disampaikan menarik dan membuat khalayak menjadi terhibur (Safko & Brake, 2009: 680-681). Konten hiburan juga disajikan pada unggahan akun @sibur.han, walaupun jumlahnya terhitung lebih sedikit dibandingkan dengan unggahan yang bersifat informatif atau edukatif. Hiburan yang disajikan berupa mini games yang diposting kemudian mengajak orang-orang untuk menjawab pertanyaan di kolom komentar dengan topik yaitu seputar burung hantu. Konten yang dimiliki akun ini bervariasi namun tidak lepas dari esensi yang dimilikinya yaitu untuk memberikan edukasi dan informasi mengenai burung hantu. Fokusnya tidak hanya melalui gambar ataupun video menarik, namun juga melalui caption ataupun dengan interaksi di kolom komentar. Selain itu, penggunaan hashtag yang relevan dapat menjangkau audiens yang lebih luas lagi.



Gambar 4.4 Tampilan Konten Hiburan @sibur.han 11 Januari 2024

Konten yang diunggah pada 11 Januari 2024 seperti pada gambar 4.4 mendapat 31 likes dan 12 komentar. Konten tersebut berbentuk foto yang memberikan hiburan seputar Titik terendah Owl Keeper yaitu ketika gak sadar kalau stok pakan habis.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai pesan atau informasi yang terdapat pada unggahan Instagram @sibur.han memiliki keselarasan dengan empat pilar strategi konten media sosial yang dikemukakan oleh Lon Safko dan David K. Brake dalam buku yang berjudul *The Social Media Bible: Tactics, Tools, & Strategies* (2009: 673), yaitu pilar komunikasi, pilar kolaborasi, pilar edukasi, dan pilar hiburan.

1. Pada pilar komunikasi berisi tentang bagaimana pesan Instagram @sibur.han menciptakan interaksi atau komunikasi dua arah antara sibur.han dengan khalayak yang dikemas dengan menggunakan bahasa sederhana agar mudah diterima dan dimengerti.
2. Pilar kolaborasi berisi tentang bagaimana Instagram @sibur.han dimanfaatkan agar dapat menyebarluaskan pesan dari komunitas lain yaitu dengan berkolaborasi dengan beberapa pihak. Salah satunya yaitu ketika berkolaborasi dengan rumah sakit hewan atau vet yang dimana memiliki spesialisasi untuk menangani hewan-hewan eksotik, salah satunya burung hantu.
3. Pada pilar edukasi berisi tentang bagaimana Instagram @sibur.han dimanfaatkan agar dapat menampilkan informasi detail mengenai burung hantu seperti pemberian pakan, perawatan burung hantu, penyakit burung hantu, dan lainnya.
4. Pilar hiburan berisi tentang bagaimana Instagram @sibur.han dimanfaatkan agar dapat membangun kedekatan dengan khalayak melalui konten yang diunggah.

### 5.2 Saran

Beberapa saran yang dibutuhkan atau diperlukan oleh pihak-pihak tertentu:

#### 5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka terdapat saran yang ditinjau dari perspektif akademis:

1. Penelitian ini memerlukan observasi dan kajian yang lebih mendalam, sehingga dapat menemukan dan menyimpulkan bagaimana pemanfaatan Instagram @sibur.han dikemas atau disampaikan agar dapat mengimplementasikan teori empat pilar strategi konten media sosial.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperkuat data dengan menambah literatur yang berupa buku referensi maupun jurnal terkait terutama mengenai teori yang berkaitan dengan teori empat pilar strategi konten media sosial dan Instagram

### 5.2.2 Saran Praktis

Hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis konten Instagram @sibur.han berdasarkan empat pilar strategi konten media sosial:

1. Konten yang diunggah pada pilar kolaborasi cenderung sedikit sehingga Instagram @sibur.han perlu memaksimalkan dalam berkolaborasi dengan pihak tertentu agar Instagram @sibur.han dapat informasi seputar burung hantu dapat tersebar luas dan menjangkau khalayak yang lebih luas lagi.
2. Pada pilar edukasi, pengetahuan pengikut bisa dituangkan pada konten yang akan diunggah selanjutnya.

### REFERENSI

- Ayesha Ivonne, Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyartha, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *DIGITAL MARKETING (Tinjauan Konseptual)* (R. Wujarso, Ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi. <https://www.researchgate.net/publication/361392438>
- Dara Efda, A., Setyawan, I., Johansah, F., Binakarsa, M., Hr, J., Said, R., C18, K., Selatan, K. J., & Com, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Covid-19 pada Akun @Pandemictalks. *Maret, 10*(1), 29–36. <https://doi.org/10.31294/jika>
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Haryadi, N. T., Wildan Jadmiko, M., & Agustina, T. (2016). *PEMANFAATAN BURUNG HANTU UNTUK MENGENDALIKAN TIKUS DI KECAMATAN SEMBORO KABUPATEN JEMBER*.
- Indonesia.go.id. (2019, July). Izin Memelihara Hewan Langka. *Indonesia.Go.Id*. <https://indonesia.go.id//layanan/kependudukan/sosial/izin-memelihara-hewan-langka?lang=1>
- Laily, I. (2021, October). Jenis Burung Hantu di Indonesia, 16 Di antaranya Dilindungi. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/berita/nasional/615a656f7db62/jenis-burung-hantu-di-indonesia-16-di-antaranya-dilindungi>
- Nijman, V., & Nekaris, K. A. I. (2017). The Harry Potter effect: The rise in trade of owls as pets in Java and Bali, Indonesia. *Global Ecology and Conservation, 11*, 84–94. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2017.04.004>
- Restiyati, D. (2022). PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PERDAGANGAN BURUNG HANTU DI PULAU JAWA. *Zoo Indonesia 2022, 31*(1), 43–52. [www.bbc.com](http://www.bbc.com)
- Safko, Lon., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible : tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal, 3*(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society, 2*(2), 2.