

ABSTRAK

Perdagangan hewan langka di Indonesia masih terjadi, karena kurangnya kesadaran masyarakat akan ekosistem alam. ProFauna Indonesia mengatakan bahwa lebih dari 95% hewan berada dalam pasar domestik untuk keperluan jual beli yang diambil langsung dari alam. Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya menyebutkan bahwa seluruh masyarakat dilarang untuk merusak ekosistem yang ada. Adanya peraturan nampaknya tak dihiraukan pedagang hewan langka. Banyaknya pedagang ilegal satwa liar membuat pemerintah kesulitan untuk menangkap pedagang ilegal terutama pedagang ilegal *online*. Dengan indikator *Online Communities* (Komunitas *Online*), *Interaction* (Interaksi), *Sharing of content* (Memberikan konten), *Accessibility* (Kemudahan). Penelitian ini menggunakan metode netnografi yaitu dengan melakukan observasi secara langsung dan mengikuti aktivitas *social media marketing* yang ada didalam grup yang bernama Penghobi Burung Tasikmalaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa grup Facebook yang bernama Penghobi Burung Tasikmalaya melakukan aktivitas *social media marketing* yang sangat berbeda dengan aktivitas *social media marketing* pada produk maupun jasa pada umumnya, yaitu menggunakan simbol-simbol dalam melakukan komunikasi agar tidak mudah terdeteksi sistem. Kemudian diketahui bahwa berkembangnya teknologi dan kemudahan dalam mengakses sebuah informasi sangat banyak dimanfaatkan baik oleh pembeli maupun pelaku penjual hewan langka.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Facebook, Media Sosial, Tasikmalaya, Hewan Langka