

KAJIAN NETNOGRAFI KETAHANAN PANGAN KELUARGA: VIDEO 5 ALASAN MEMILIH ALAS PASIR DI KANDANG AYAM KAMI

Tina Kartika¹, Nanang Trenggono², Nina Yudha Aryanti³, Abdul Firman Ashaf⁴, Andy Corry Wardhani⁵

^{1 2 3 4 5} Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Jalan Soemantri Brojonegoro No 1 Kedaton Bandar Lampung, Indonesia
E-mail korespondensi: tina.kartika@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Media sosial saat ini sangat mempengaruhi para penggunannya untuk mengikuti kontennya. Melalui interaksi baik sesama followers maupun pemilik akun terlihat diskusi video @bu_utiq. Kajian komentar dianalisa melalui kajian netnografi, artinya komunitas pada video tersebut dianalisa untuk menghasilkan nilai-nilai, pola, kecenderungan perilaku. Kajian netnografi dengan dengan konsep CMC, Computer Mediated Communication adalah sebuah bentuk komunikasi baru menandai era perubahan teknologi dan sosial. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan aktivitas pada komunitas tentang ketahanan pangan keluarga yang ada di video 5 Alasan Memilih alas pasir di kandang ayam kami. Hasil penelitian ini adalah: 1. Aktivitas pada konten: Video ini menjelaskan lima alasan memilih alas pasir di kandang, sebagai berikut a. Hemat Biaya: Pasir tidak perlu sering diganti. Hanya perlu disaring secara rutin untuk memisahkan kotoran, sehingga lebih ekonomis dibandingkan bahan lainnya. b. Tahan Lama: Pasir tidak mudah rusak atau habis. Dengan perawatan yang tepat, alas pasir bisa digunakan dalam jangka waktu lama. c. Mengurangi Bau: Pasir menyerap kelembapan dan mengeringkan kotoran ayam, sehingga bau tak sedap di kandang berkurang drastis. d. Mudah dibersihkan: Proses membersihkan kandang menjadi lebih cepat karena kotoran bisa diayak atau diambil tanpa harus mengganti alas seluruhnya. e. Tempat Mandi Debu Alami: Ayam suka mandi debu untuk membersihkan bulu dan kulit mereka. Pasir menyediakan tempat yang ideal untuk ayam mandi debu secara alami, menjaga kesehatan kulit mereka. 2. Konten Edukasi dan Interaktif: Video ini menjelaskan interaksi, diskusi, antara pemilik akun @bu_utiq dan followers tentang penggunaan alas pasir di kandang ayam untuk menunjang swasembada pangan keluarga. Swasembada pangan keluarga dengan memprioritaskan kualitas ayam pada skala kandang ayam rumahan. Tanya jawab interaktif antara para followers dan akun @bu_utq dan mengedukasi. Hal ini menunjukkan media Instagram berpengaruh pada pemenuhan proses informasi ketahanan pangan keluarga dan hubungan baik pada follower dan pemilik akun sebagai komunitas.

Keywords: Instagram, Konten edukasi, Video

PENDAHULUAN

Artikel ini bagian dari penelitian yang didanai oleh fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan aktivitas keluarga Bu Hastuti melalui Instagram @bu_utiq. Instagram ini membahas tentang pemeliharaan ayam yang unik. Instagram @bu_utiq dengan nama Sri Hastuti dengan jumlah postingan 187, pengikut 146 ribu dan yang mengikuti 1.365 dengan nama bio Pejuang Swasembada pangan Keluarga. Temanya adalah tentang mencukupi kebutuhan pangan keluarga sehari-hari. Namun ternyata video-video di intagram @bu_utiq banyak yang menarik netizen,

dengan komentar-komentar, suka dengan tanda hati, ataupun videonya diteruskan. Komentar pada Instagram diambil mulai tanggal 13 Mei 2025. Video dengan komentar terbanyak salah satunya adalah video Lima alasan memilih alas pasir di kandang ayam kami. Pemilihan video berdasarkan keyword teratas dengan jumlah komentar terbanyak. Tahapan dalam penelitian netnografi mengikuti tahapan yang disarankan oleh Kozinets (Kozinets, 2010), dan investigasi pada keyword teratas (Trisakti, 2025).

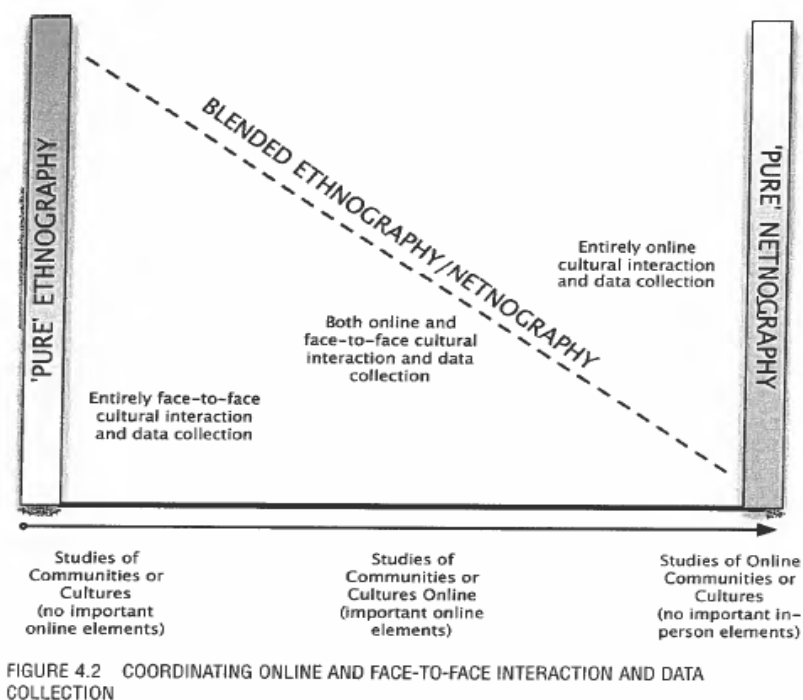
Media sosial khususnya instagram dewasa ini secara tidak langsung telah melahirkan fenomena budaya massa dalam mencari dan mendapatkan informasi viral yang sedang menjadi pembahasan di dunia nyata. Nyatanya saat ini massa lebih banyak yang memilih untuk bergeser menjadikan media sosial mejadi sumber informasi dan sarana komunikasi mereka. Hal ini tentu saja bukan tanpa alasan, media sosial telah menawarkan suguhan informasi segar yang akurat bagi para pencari informasi viral dengan waktu yang lebih cepat dibanding dengan media-media yang lainnya. Media sosial ini bukan hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja, namun media sosial juga dapat mengakses kesemua kalangan, baik kelas sosial masyarakat dan juga dari kalangan usia (Bernatta & Kartika, 2020). Penelitian media lainnya misalnya peran penting komunitas penggemar dalam membentuk wacana online dan mengelola persepsi publik terhadap selebriti. Konsep pemahaman pengelolaan komunitas digital dan hubungan antara selebriti dan penggemar (Andaru & Aesthetika, 2024). Penelitian lainnya adalah untuk memperkaya kajian ilmu sosial dan humaniora yang berbasis pada perilaku di dunia maya yang berdampak pada aktivitas di dunia nyata, terutama di kalangan anak muda sebagai pengguna terbesar media sosial (Mustaqim & Shovmayanti, 2024). Temuan penelitian yang memberikan dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi hubungan pelanggan yang lebih terintegrasi di era digital (Fitri & Hanifa, 2025). Konten video di youtube yang kemudian ditonton oleh masyarakat, termasuk kedalam kajian pola komunikasi linear (Sitorus & Rorong, 2024). Selain itu juga media sosial bisa berdampak positif dan negative dalam kehidupan Masyarakat. Media sosial telah menjadi alat yang mempercepat pola kejahatan di era digital, baik dalam bentuk kejahatan finansial, eksploitasi, maupun penyebaran radikalisme. Karakteristik media sosial yang bersifat terbuka, cepat, dan memiliki jangkauan luas telah memungkinkan pelaku kejahatan untuk mengembangkan modus operandi yang lebih kompleks dan sulit dideteksi (Hukom & Setiadi, 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan video tentang ketahanan pangan keluarga yang berjudul Lima alasan memilih alas pasir di kandang ayam kami di Instagram @bu_utiq. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana kajian Netnografi tentang ketahanan pangan keluarga yang berjudul Lima alasan memilih alas pasir di kandang ayam kami di Instagram @bu_utiq?.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi. Kajian difokuskan pada budaya yang berkembang secara daring. Melalui netnografi, peneliti dapat mempelajari pola kepercayaan, nilai-nilai, tradisi, dan perilaku suatu komunitas virtual secara mendalam. Hal ini dimungkinkan karena semakin banyak orang memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi dan pembentukan komunitas daring yang melahirkan budaya baru lewat interaksi maya. Beberapa penelitian dengan mendeskripsikan aktivitas digital MBC didesain bukan untuk mengembangkan komunitas melainkan berkonsentrasi pada penyelenggaraan kompetisi. MBC tidak memiliki karakteristik komunikasi digital yang sengaja

dibangun untuk mendapatkan wajah komunitas tertentu melalui media sosialnya (Fadhli, 2024). Penelitian netnografi ini juga mendeskripsikan emoticon, fotografi, musik, dan pemaknaan lainnya pada konten sebagai cerminan dari pengalaman budaya di internet pada video yang dipilih. Berikut gambar 1 konsep etnografi dan netnografi serta koleksi data yang digunakan.



Gambar 1. konsep Etnografi dan netnografi serta koleksi data yang digunakan. (Kozinets, 2010).

Berikut tahapan penelitian dengan kegiatan penelitian yang dilakukan, sebagai berikut:

1. Topik investigasi,
2. Identifikasi komunikasi dan seleksi. Pada data Identifikasi komunikasi dan seleksi diambil 30 komentar paling atas pada tanggal 13 Mei 2025,
3. Community participant-observation (data collection). Observasi pad komentar ataupun emosi atau diskusi pada komentar di Instagram tersebut.
4. Data Analysis,
5. Writing and Research finding.

Adapun cara menganalisis yaitu inisiasi, identifikasi, interaksi, immersi dan analisis. Penjelasan inisiasi, identifikasi, interaksi, immersi dan analisis dijelaskan oleh Eriyanto sebagai berikut: Analisis netnografi adalah sebagai berikut: 1. Inisiasi Penelitian netnografi dimulai dari tahapan menentukan tujuan dan fokus penelitian. 2. Investigasi Netnografi adalah metode yang bersifat data site. Peneliti meneliti data berupa percakapan di media sosial atas suatu topik. Tahap investigasi adalah tahap dimana peneliti mencari, menyeleksi, dan kemudian menyimpan data untuk diteliti. 3. Interaksi Interaksi dengan subyek dan objek yang diteliti juga dilakukan dalam penelitian netnografi. Bentuk interaksi dalam penelitian netnografi berbeda dengan etnografi, hal ini karena objek studi netnografi adalah berupa data data yang ada pada internet. 4. Imersi Ciri penting dalam etnografi adalah menceburkan diri dengan orang atau komunitas yang diteliti. Tujuannya agar peneliti merasakan secara langsung dan melihat dari perspektif komunitas yang

diteliti. 5. Integrasi adalah tahap analisis dan interpretasi data. Pada penelitian netnografi, analisis pada dasarnya adalah mengintegrasikan semua data yang diperoleh pada saat tahap pengumpulan data. peneliti juga menggabungkan investigasi, interaksi, dan hasil imersi. 6. Inkarnasi Tahapan terakhir dalam penelitian netnografi ini adalah mengkomunikasikan hasil penelitian (Eriyanto, 2021)

Komentar Masyarakat ini dikaji dalam netnografi dari konsep Robert V. Kozinets. “netnografi” dapat disebut juga etnografi pada internet, atau dari “Inter[net] dan et[nografi]”, yang merupakan metodologi penelitian kualitatif baru yang mengadaptasi teknik penelitian etnografi untuk meneliti berbagai budaya dan komunitas yang dikumpulkan melalui komunikasi-komunikasi dengan menggunakan media computer. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam riset netnografi komunikasi adalah (a) koleksi data relatif cepat, karena mengandalkan tampilan percakapan komunitas *online*; (b) tidak memerlukan perizinan atau prosedur yang birokratis; (c) secara biaya, waktu, dan tenaga lebih mudah. (Priyowidodo, 2020). Iskandar dan Amanah menjelaskan konsep netnografi merupakan pendekatan netnografi digital (metode penelitian etnografi digital pada masyarakat modern) menggunakan objek penelitian berupa khalayak online. Karakteristik objek penelitian netnografi yakni budaya, komunitas, dan dunia maya (Iskandar & Amanah, 2024). Diuraikan pula oleh Waisbord, kajian komunikasi pada medium digital mengarah kepada proses, subyek dan teknologi yang berkaitan dengan cara hidup masyarakat kontemporer. Terutama kajiannya berkisar antara proses simbolik, informasi dan koneksi di medium digital (Widyaningrum, 2021). Kajian mengenai komunitas virtual sekaligus merefleksikan kehidupan virtual dan riil tidak ada perbedaan yang mendasar dan menantang kajian-kajian yang akan terus berkembang. Kajian komunitas virtual juga menjadi masa depan kajian Ilmu Komunikasi, terutama perkembangan teknologi komunikasi dan semakin masifnya trend perkembangan kajian yang mengarah ke dalam dunia digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Video

Video yang berjudul: *5 Alasan memilih alas pasir di kandang ayam kami* (Video diposting tanggal 23 Januari 2025). Dengan lambang hati atau Love 151 ribu, komentar 1441 dan diteruskan 26 ribu data diambil tanggal 17 April 2025.

Aktivitas pada konten Akun Instagram @bu_utiq, dengan video yang berjudul *5 Alasan memilih alas pasir di kandang ayam kami*. Video ini menjelaskan lima alasan, sebagai berikut

1. Hemat Biaya:
Pasir tidak perlu sering diganti. Hanya perlu disaring secara rutin untuk memisahkan kotoran, sehingga lebih ekonomis dibandingkan bahan lainnya.
2. Tahan Lama:
Pasir tidak mudah rusak atau habis. Dengan perawatan yang tepat, alas pasir bisa digunakan dalam jangka waktu lama.
3. Mengurangi Bau:
Pasir menyerap kelembapan dan mengeringkan kotoran ayam, sehingga bau tak sedap di kandang berkurang drastis.
4. Mudah Dibersihkan:
Proses membersihkan kandang menjadi lebih cepat karena kotoran bisa diayak atau diambil tanpa harus mengganti alas seluruhnya.
5. Tempat Mandi Debu Alami:
Ayam suka mandi debu untuk membersihkan bulu dan kulit mereka. Pasir menyediakan

tempat yang ideal untuk ayam mandi debu secara alami, menjaga kesehatan kulit mereka.

Komentar yang dianalisa melalui link sebagai berikut
<https://www.instagram.com/reel/DFK1OmGyArJ/?igsh=MTYzdgzYTF5azZmdg%3D%3D>



Gambar 2. Tampilan awal 5 Alasan Kenapa Memilih Alas Pasir di Kandang Ayam Kami

Konten Edukasi dan Interaktif. Video ini menjelaskan mengapa mereka menggunakan alas pasir dan menjawab pertanyaan follower, misalnya bu_utiq dengan menjawab pertanyaan: @arrull97: “pasir apa?”, dan @bu_utq menjawab @arrull97 “pasir biasa kak”. Contoh lain @Parkia_farm: “Wah bagus sekali semoga lancer berkah dan sehat-sehat selalu, saya juga bikin sudah 2 tahun belum jadi 100% masih bertahap” dan @bu_utq menjawab “Amiin”. @rzldhmwn: di rak bu, bisa muat banyak, dan @bu_utq menjawab @rzldhmwn tujuan kami bukan banyaknya mas tapi kualitas ayamnya mas. Penjelasan @bu_utiq pada intagramnya menjelaskan swasembada pangan keluarga dengan emprioritaskan kualitas ayamnya dan skala kandan ayam rumahan. Tanya jawab antara para follower dan akun @bu_utq terjadi tanya jawab interaktif dan mengedukasi. Hal ini menunjukkan keseriusan dan hubungan yang baik pada pengikutnya. Akun Instagram @bu_utiq sering membagikan konten tentang kehidupannya sebagai wiraswasta bersama suami dan anak-anaknya yang berisikan tips dan trik bagaimana cara berkebun dan beternak ayam agar mendapatkan hasil yang baik dan maksimal.

Popularitas akun Instagram @bu_utiq terus meningkat, dengan jumlah pengikut mencapai 160 ribu dan 435,3 juta likes. Tingkat keterlibatan audiens sangat tinggi dan sangat komunikatif antar pengguna dan audiens, menjadikannya sebagai salah satu akun Instagram yang inspiratif dan inovatif dengan jumlah pengikut yang banyak di Indonesia.

Analisis Netnografi pada Akun Instagram @bu_utiq

Tahapan Inisiasi

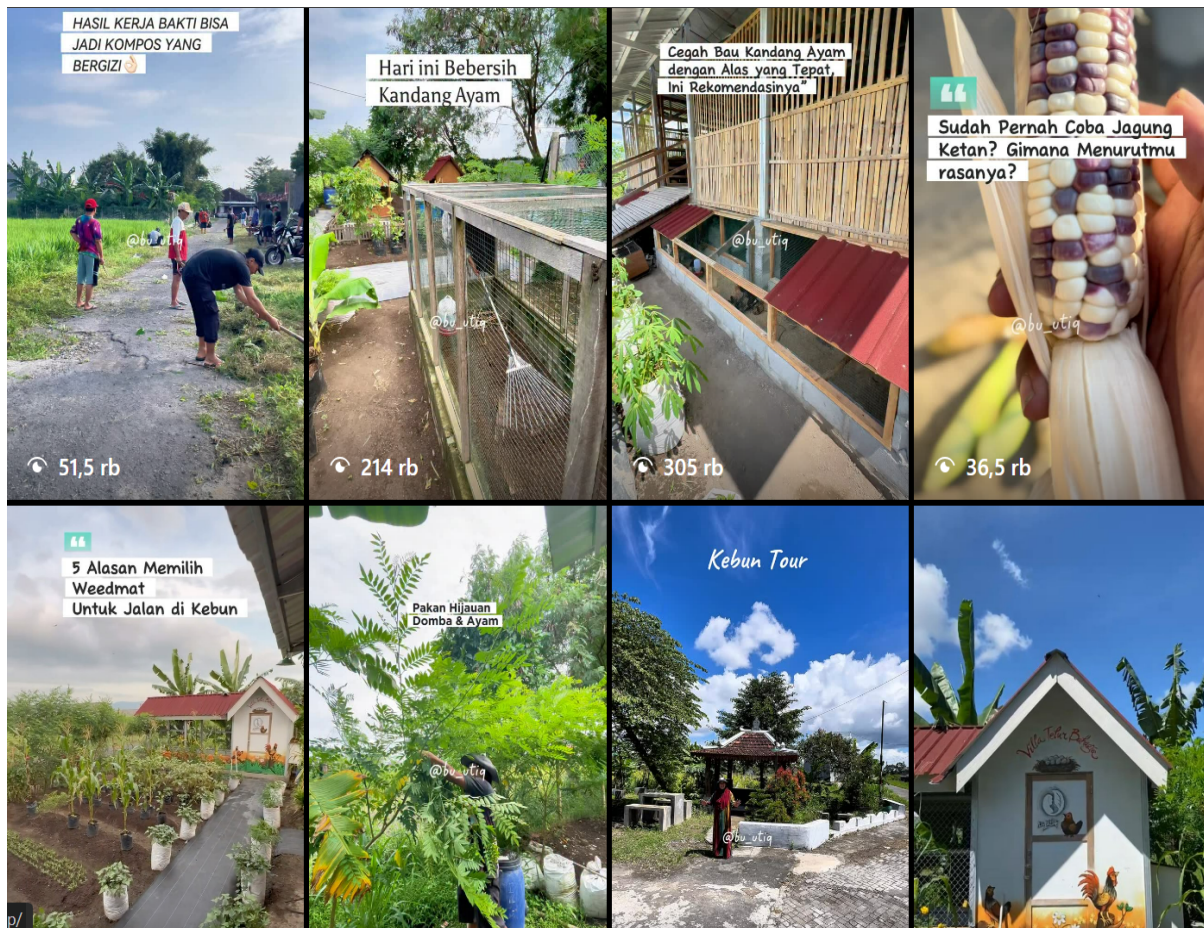
Tahap inisiasi penelitian dimulai dengan pemilihan akun Instagram @bu_utiq sebagai objek penelitian. Akun ini dipilih karena kontennya yang relevan dengan fenomena yang berhubungan nyata dengan tingkat penggunaan sosial media adalah karakteristik pengguna (ketersediaan alat teknologi komunikasi) dan kebutuhan informasi yang dimanfaatkan (informasi teknologi, produksi dan pemasaran).

Tahapan Identifikasi

Identifikasi dalam penelitian ini terhadap Instagram @bu_utiq dimulai dengan pengenalan mendalam terhadap profil pengguna. Ini mencakup aspek-aspek seperti nama pengguna, informasi lain yang mungkin menyediakan konteks tentang akun pengguna seperti informasi kontak, waktu penggunaan Instagram, jumlah pengikut yang mungkin mencerminkan seberapa besar pengaruh akun tersebut di platform Instagram. Akun Instagram @bu_utiq merupakan milik Ibu Sri Hastuti, seorang wiraswasta sekaligus ibu rumah tangga yang tinggal di Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Provinsi Yogyakarta. Sebelum videonya banyak menginspirasi banyak kalangan, Ibu Sri Hastuti sudah aktif membagikan konten di Instagram sejak bulan Mei tahun 2020. ketika Syafira membagikan momen saat memilih pasir sebagai alas di kandang ayam, video tersebut menjadi viral.

Tahapan Interaksi

Interaksi adalah tahap penting dalam penelitian terhadap akun Instagram @bu_utiq, peneliti mengamati dengan cermat isi konten yang diunggah dan mencatat interaksi antara akun ini dengan pengikutnya. Fokus utama adalah mendata pola respons terhadap konten, termasuk jenis komentar yang diterima seperti apakah mereka bersifat positif, kritik konstruktif, saran tambahan atau bahkan kontroversial. Selain itu, peneliti juga memperhatikan frekuensi dan jenis keterlibatan pengikut dalam bentuk suka, komentar dan dibagikan. Pada tahapan ini, peneliti melakukan analisis mendalam terkait rekam jejak digital pada akun Instagram @bu_utiq. Fokus utama adalah mengidentifikasi berbagai jenis konten yang diunggah di akun tersebut, termasuk video anak-anak dalam berbagai konteks seperti aktivitas sehari-hari atau momen spesial. Selain itu, peneliti juga memeriksa interaksi yang terjadi di dalam akun, baik antara @bu_utiq dengan para pengikut atau penonton melalui like, komentar, dan berbagi ulang, maupun antara sesama pengikut dan penonton dalam kolom komentar, seperti : unggahan konten 3 Desember 2024, unggahan konten 23 Januari 2025 dan unggahan konten 3 April 2025. Berikut gambar 3 beberapa unggahan pada instagran @bu_utiq



Gambar 3. Beberapa konten video Instagram @bu_utiq

Tahapan Immersi

Metode immersi adalah membaur (*immersion*) dengan objek berupa orang atau kelompok yang diteliti, immersi diperlukan agar peneliti bisa merasakan secara langsung hingga bisa menggambarkan sudut pandang orang yang diteliti. Immersi dalam penelitian ini melibatkan gabungan diri peneliti dalam komunitas digital didalam akun Instagram @bu_utiq. Akun Instagram @bu_utiq dikenal oleh masyarakat sebagai *influencer* yang sering membagikan konten bersifat edukatif dan inovatif seputar berkebun dan beternak. Beberapa video juga menunjukkan aktivitas kegiatan sehari hari bersama suami dan anak anaknya. Selain aktivitas harian, akun @bu_utiq juga memberikan tips dan trik berkebun dan beternak, seperti lima alasan memilih pasir sebagai alas kandang ayam. Dari hasil wawancara dengan pengguna Instagram, disimpulkan bahwa akun @bu_utiq dikenal luas karena konten edukatif dan inovatif seputar berkebun dan beternak. Para pengguna mengapresiasi sebagai konten inspiratif, seperti yang ditampilkan pada wawancara berikut:

@tina.kar2: Cocok banget ini, alasanny oke. Menginspirasi mengingatkan untuk memilih konten yang diposting dengan hati-hati.

@alestari288 : Habis berpa bu bikin kandang sebgus ini,, aku pengen banget.

@bu_utiq: 12,5 kak 🙏

@alestari288: masya Allah semoga rezekinya nular biar bisa nikmatin ternak ayam

😊😊😊😊😊😊😊😊

@purwaningsih5411: Pakai pasir apa kak
 @ramdani140719: Idaman... 👍 👍 👍
 @bu_utiq: alhamdulillah
 @ariesrosmayanti3 : Boleh minta tutorial nya bahan2 nya
 @bu_utiq: sudah ada di video reel yg lain kak
 @ariesrosmayanti3 : oh siap nuhun

Tahapan Analisis

Tahapan analisis berisi makna konten pada akun Instagram @bu_utiq yang melibatkan evaluasi mendalam terhadap pesan yang disampaikan seperti emosi, bentuk penyampaian dan implikasi komersial dari setiap unggahan. Peneliti mengamati bagaimana konten-konten ini dirancang untuk menarik perhatian dan membangun keterlibatan dengan audiens, terutama melalui penggunaan *visual* yang menarik, *angle* pengambilan foto dan video, narasi yang emosional, dan tagar populer.

Video ini menjelaskan kelima alasan dengan video kandang ayam yang terlihat bersih, dapat dilakukan oleh anak-anak dan orang tua. Pada komentar banyak yang menilai positif dengan memuji bahkan para followers banyak yang bertanya tentang biaya pemeliharaan ayam dengan alas pasir, pertanyaan antara lain: 1. Menyatukan indukan ayam dan anak ayam, cara buat kandang ayam, jenis pasir, biaya kandang ayam, jenis ayam, bahkan ada yang bertanya tentang gurem atau tungau unggas. Konten ini dikemas dengan tampilan yang menarik dengan video menarik, bahasa yang jelas, diiringi lagu Santai mengundang orang berkomentar positif, misalnya dengan memuji dengan kalimat: idaman, menginspirasi, semoga lancar, keren, bagus. Terjadi interaksi antara follower dan pemilik akun dibuktikan dengan pertanyaan follower yang hampir semua dijawab oleh bu_utiq selaku pemilik akun

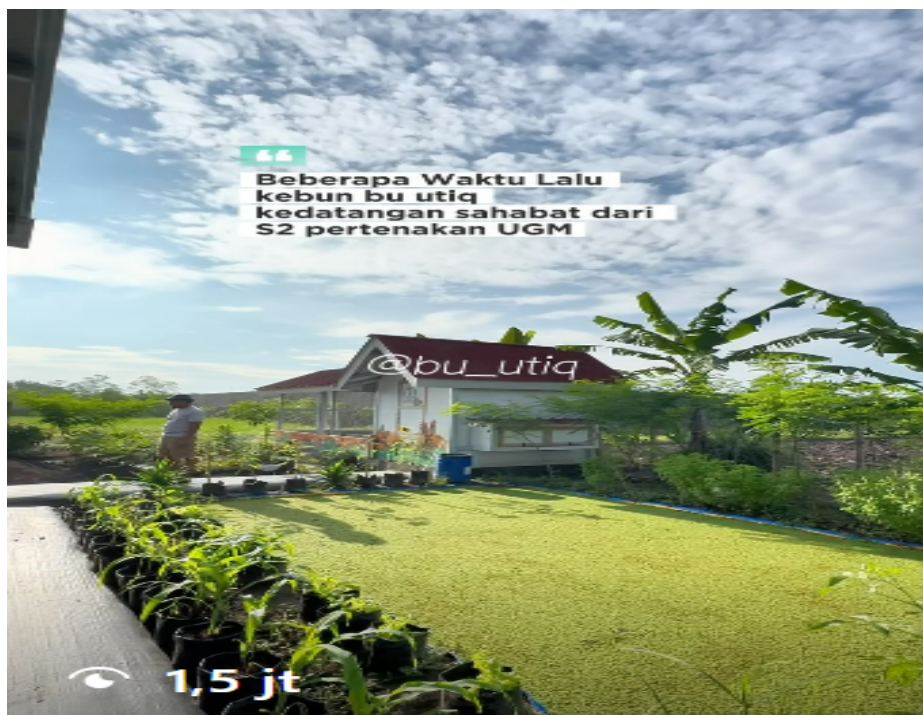
Temuan

1. Strategi Pemasaran Digital pada Akun @bu_utiq

Dalam konten yang disajikan pada akun Instagram @bu_utiq, praktik pemasaran digital dapat dianalisis melalui teori pemasaran digital menurut *American Marketing Association* (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya, dalam (Kusuma, Sahabuddin, & Hutasoit, 2022). Hal yang dimaksud adalah dengan ibu Sri Hastuti membuat konten seputar berkebun dan beternak yang kemudian viral dan diketahui oleh banyak kalangan disosial media, terbukti menarik perhatian tinggi dari ratusan ribu hingga jutaan likes dan ribuan komentar pada setiap unggahan. Strategi pemasaran digital dalam konteks ini bisa dilihat dari faktor berikut:

1. Frekuensi dan Pola Unggahan: Konsistensi dalam frekuensi dan pola unggahan menunjukkan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan *engagement* audiens.
2. Tema Berkebun dan Beternak Dalam Konten: Upaya pembuatan konten pada usaha berkebun dan beternak yang digunakan untuk menarik perhatian lebih banyak pengikut dan meningkatkan popularitas akun.
3. Interaksi dengan Pengikut: Interaksi diarahkan untuk membangun komunitas yang setia, di mana setiap *like*, komentar, dan berbagi ulang berkontribusi keeratn komunitas ini.

Kegiatan Bu Hastutik dan keluarga dalam berkebun dan merawat ayam mendapat kunjungan dari mahasiswa S2 Jurusan Peternakan Universitas Gadjah Mada. Video yang menyajikan kunjungan dari mahasiswa S2 Jurusan Peternakan Universitas Gadjah Mada untuk saling bertukar informasi sekaligus studi banding mengenai jenis pakan yang bermanfaat bagi ayam. Hal ini dapat dilihat sebagai komoditas digital yang dipasarkan untuk mendapatkan *engagement* dan pada akhirnya, keuntungan ekonomi melalui monetisasi *platform* dan potensi *sponsorship*. Berikut gambar 4. kunjungan dari mahasiswa S2 Jurusan Peternakan Universitas Gadjah Mada



Gambar 5 Kunjungan mahasiswa Universitas Gadjah Mada

2. Konten Seputar Berkebun dan Beternak menjadi konten prioritas utama

Dari data jumlah data unggahan konten-konten pada akun Instagram @bu_utiq, konten berkebun dan beternak menjadi prioritas utama dengan presentase unggahan 60% lebih secara keseluruhan, sisanya adalah konten yang berisi keseharian dari ibu Sri Hastuti dengan keluarganya. Artinya konten seputar berkebun dan beternak menjadi komoditas pertama yang diberikan kepada publik. Hal tersebut menunjukkan konten seputar berkebun dan beternak pada akun Instagram @bu_utiq telah memiliki pasar, penonton dan penggemar tersendiri.

SIMPULAN

Kegiatan Sharenting: Akun Instagram @bu_utiq secara konsisten menampilkan kegiatan berkebun dan beternak seperti membersihkan kandang ayam, pemberian pakan ayam, merawat kebun dll. Konten ini dikemas dengan gaya yang komunikatif dan edukatif, menjadikannya tidak hanya menyenangkan untuk ditonton tetapi juga mengundang interaksi yang luas dari audiens.

Konten Edukasi dan Inovasi: Akun Instagram @bu_utiq juga menyajikan konten yang bersifat edukatif, inovatif, dan memberikan motivasi bagi penontonnya. Ini mencakup tips dan trik merawat ayam dan kandangnya agar tetap sehat dan bersih, saran edukatif dan pesan informatif yang sangat mengedukasi. Hal ini menunjukkan bahwa akun ini berupaya memberikan nilai tambah bagi pengikutnya.

Strategi Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran Digital pada konten terlihat pada akun Instagram @bu_utiq. Adanya eksposur konten berkebun dan beternak yang melibatkan banyak pihak menunjukkan bahwa akun ini memanfaatkan konten pribadi untuk tujuan komersial. Dengan konten yang edukatif dan inspiratif ini digunakan sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan popularitas dan menarik kerjasama kepada pihak yang berkepentingan.

References

- Andaru, S. T., & Aesthetika, N. M. (2024). Dinamika Fandom: Mengelola Reaksi Hoax di Twitter. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i1.25>.
- Bernatta, R. A., & Kartika, T. (2020). Fenomena Massa Dalam Mencari Informasi Viral Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 4(2), 153-65.
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadhli, A. (2024). Laporan Netnografi Mengenai Budaya Digital Dari Media Sosial Manual Brew Community. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(1), 86-104. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i1.1728>.
- Fitri, A. N., & Hanifa, M. (2025). Digital Public Relations to Improve Customer Relation: Netnography Study on @kai121 Account. *urnal Komunikasi*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v19i1.28962>.
- Hukom, R., & Setiadi, S. H. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Kejahatan di Era Digital: Studi Kriminologi dengan Pendekatan Netnografi. *Perkara: Jurnal Ilmu Hukum dan Politik*, 3(1), 750-768. <https://doi.org/10.51903/perkara.v3i1.2353>.
- Iskandar, H., & Amanah, B. (2024). RESPON GENERASI MILENIAL PADA KONTEN DAKWAH YOUTUBE AGUS MUHAMMAD IQDAM (ANALISIS NETNOGRAFI). *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 135-155.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications Asia-Pacific Pte Ltd: Singapore.
- Kusuma, V., Sahabuddin, Z., & Hutasoit, P. (2022). Strategi digital marketing pada usaha mikro dan menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi rakyat. *Jurnal cafetaria*, 3(1), 24-35.
- Mustaqim, & Shovmayanti, N. A. (2024). Perilaku Seks Bebas Melalui Friends with Benefits (FWB) di Media Sosial. *ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 48-57. <https://doi.org/10.61902/analogi.v2i2.1024>.

-
- Priowidodo, G. (2020). *Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Sitorus, S., & Rorong, M. J. (2024). Kajian Komunikasi Budaya Melayu pada Channel Youtube Apresiasi dari KEPRI. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(3), <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i3.8352>.
- Trisakti, F. A. (2025). Menjadi Muslim Milenial di Media Sosial: Analisis Netnografi pada Makna Gaya Hidup Halal bagi Komunitas Muda di Pekanbaru. *Jurnal Riset Komunikasi*, 8(1), 123-138.
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(2), 141-152., 10(2), 141-152. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>.

