

KAJIAN PENDAPAT KOMUNITAS TENTANG VIDEO YANG BERJUDUL BANYAK YANG SALFOK TENTANG KANDANG AYAM KAMI

Tina Kartika, Nanang Trenggono, Nina Yudha Aryanti

Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

tina.kartika@fisip.unila.ac.id; nanang.trenggono@fisip.unila.ac.id;

ninayudha.aryanti@fisip.unila.ac.id

Abstract

Article History

Received :05-11-2025

Revised :08-12-2025

Accepted :01-06-2026

Keywords:

*Community Perception,
Social Media Video,
Public Opinion,*

Social interaction through social media, including social media usage, has become a habit in today's digital society. People are connected to each other, including friends and family. Likewise, the Instagram community bu_utig engages in discussions within a single social media space, @bu_utig. The purpose of this research is to describe a community opinion survey on a video titled "Many people are distracted by our chicken coop." The Instagram account @bu_utig belongs to Mrs. Sri Hastuti, an entrepreneur and housewife living in Berbah District, Sleman Regency, Yogyakarta Province. Before her videos inspired many people, Mrs. Sri Hastuti had been actively sharing content on Instagram since May 2020. The research method used a qualitative approach with the concept of communication netnography. The concept of communication netnography is the study of online communities. The results of the study are videos that inspire, educate, and also include commercial activities such as question and answer activities for buying and selling through the concept of Computer-Mediated Communication (CMC). It explains that the community communicates through social media and presents new understanding through videos as a learning medium for building clean, neat, attractive, and impressive chicken coops. Chicken farming inspires others to visit the chicken farm and even buy chickens, thus influencing their behavior. Using the Cognitive Theory of Multimedia Learning, people learn through videos watched on social media and gain new knowledge through discussions and videos that can be replayed repeatedly as part of the learning process.

Pendahuluan

Artikel ini Adalah bagian dari penelitian dipa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Uversitas Lampung tahun 2025. Kajian ini penting dilakukan karena

menarik untuk dikaji dan dapat mempengaruhi orang lain. Media sosial dianggap menarik dan dapat mempengaruhi orang lain (Harahap, Nabila, Sahyati, Tindaon, & Batubara, 2024). Begitu dengan instagram @bu utiq ini. Akun Instagram @bu_uqiq 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 79,4 ribu disukai, 1,105 komentar, 10,1 ribu dibagikan dan 4,8 juta kali ditonton, menandai konten di Instagram sejak bulan Mei tahun 2020. Beberapa bulan kemudian ketika @bu_uqiq membagikan konten kejutan sepulang mudik, video tersebut menjadi viral.

Video tersebut mendapat lonjakan popularitas akun Instagram @bu_uqiq. Sejak saat itu, Ibu Sri Hastuti 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. Berikut Gambar 1 tentang video Ibu Sri Hastuti di Videonya.



Gambar 1.

Tampilan Awal Video Ibu Sri Hastuti Di Video yang Berjudul Banyak Yang Salfok (Salah Fokus) Sama Kandang Ayam Kami.

Kajian tentang media sosial semakin berkembang saat dunia ini mengalami perubahan yaitu adanya penyebaran virus covid 2019 melanda dunia (Fauzi, Kusdiantie, & Azzam, 2024). Banyak masyarakat yang harus berdiam dirumah saja, atau tidak boleh beraktivitas di luar rumah (Sukoco & Krisnaresanti, 2024). Aktivitas dirumah saja, menyebabkan interaksi sosial hanya melalui media sosial hingga penggunaan media sosial yang tadinya hanya untuk saling berhubungan satu sama lain antara teman dan keluarga. Sekarang media sosial tidak hanya sebagai untuk interaksi sosial namun juga digunakan untuk berbisnis (Sangadji, Fitri, Sitanggang, Hidayat, & Ikaningtyas, 2024) atau mengerjakan pekerjaan kantor. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan kajian pendapat komunitas tentang video yang berjudul banyak yang salfok tentang kandang ayam kami.

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan konsep netnografi komunikasi. Konsep netnografi komunikasi merupakan kajian komunitas masyarakat online (Kozinets, 2010). Pada komunitas ini, akan ditemukan nilai-nilai atau norma-norma yang ada pada komunitas online. Kajian

netnografi sebenarnya adalah perkembangan dari kajian etnografi komunikasi yang diawali oleh Dell Hymes. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode netnografi dengan menganalisa terhadap unggahan konten video dan 30 komentar teratas. Analisis melalui isi konten, caption dan komentar. Netnografi adalah metode etnografi yang diterapkan untuk mempelajari budaya pengguna media sosial. Metode ini memanfaatkan jejak digital seperti postingan media sosial sebagai data utama. Tahapan penelitian netnografi meliputi investigasi untuk memilih dan menyeleksi data, interaksi untuk mengumpulkan data, serta imersi bagi peneliti untuk memahami budaya yang diteliti. Metode netnografi (netnografi = internet + etnografi) adalah metode yang digunakan untuk mempelajari budaya pengguna internet (lebih khusus media sosial). Pada dasarnya, netnografi adalah penerapan metode etnografi untuk mempelajari budaya pengguna media sosial. Metode ini berusaha menggambarkan budaya dari sudut pandang orang yang diteliti dengan menjalankan investigasi, keterlibatan dengan orang yang diteliti, dan imersi. (Eriyanto, 2025).

Teori yang digunakan adalah Teori Pembelajaran Multimedia Kognitif (CTML) berkaitan dengan video, sebagai bagian dari multimedia, mempengaruhi proses belajar dan berpikir seseorang. Teori Pembelajaran Multimedia Kognitif (CTML) menjelaskan bahwa penggunaan berbagai media, termasuk video, dapat meningkatkan retensi memori, pemahaman, dan transfer pengetahuan karena melibatkan lebih dari satu indra dan cara berpikir. Pembelajaran tidak harus di ruang kelas, namun juga bisa belajar lewat video di media sosial yang bisa diputar ulang. Three Assumptions Of A Cognitive Theory Of Multimedia Learning: 1) Humans possess separate channels for processing visual and auditory information, 2) Humans are limited in the amount of material they can process in each channel at one time, 3) Humans engage in active learning by attending to relevant incoming material, organizing selected material into a coherent mental representation, and integrating mental representations with other knowledge (Mayer, 2025).

Teori yang kedua digunakan adalah Konsep CMC, atau Computer-Mediated Communication, merujuk pada semua bentuk komunikasi yang menggunakan komputer sebagai media perantara antara individu atau kelompok. Ini melibatkan penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak komputer untuk memfasilitasi pertukaran informasi. CMC mencakup berbagai jenis komunikasi online seperti email, pesan instan, media sosial, dan konferensi video. Walther has developed several original theories and numerous empirical studies on the interpersonal aspects of computer-mediated communication and social media. His work focuses on the impact of interpersonal and intergroup dynamics in the attitudes and behaviors people develop via mediated interaction, in personal relationships, groups, and intergroup conflict (Walther, 2025)

Perkembangan penelitian etnografi, etnografi digital, etnografi komunikasi, dan netnografi. Saat ini perkembangan penelitian budaya tidak bisa terpisah dalam kajian digital. Begitu juga dengan penelitian budaya masyarakat saat ini. Perkembangan internet telah membawa manusia tetap maju dengan pola jaringan tertentu. Kebiasaan yang menjadikan manusia berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Kebiasaan tersebut misalnya dengan mengunggah apapun kegiatan sehari-hari di media massa. Media sosial mereka. Media sosial misalnya instagram, facebook, tiktok dan lain-lain.

Media sosial inilah yang mempercepat dan mempermudah penelitian termasuk perkembangan etnografi, etnografi digital, etnografi komunikasi dan netnografi komunikasi. Secara umum kajian etnografi dapat diterjemahkan sebagai kajian penggambaran suku atau bangsa, sedangkan etnografi digital adalah penggambaran suku atau bangsa dengan menggunakan internet. Begitu juga dengan kajian etnografi komunikasi dapat diartikan sebagai kajian suku, budaya dan bahasa (kajian lapangan). Netnografi komunikasi adalah kajian suku, budaya dan bahasa dengan menggunakan internet. Etnografi komunikasi diawali oleh seorang tokoh yang bernama Dell Hymes. Serta kajian netnografi diawali oleh seorang tokoh yang bernama Robert Kozinets. Hingga penelitian ini dapat jelas perbedaannya. Persamaanya adalah untuk menemukan pola, kebiasaan, norma komunitasnya.

Pembahasan Investigasi

Video dengan durasi satu menit sepuluh detik dengan beberapa penjelasan teksnya sebagai berikut: 1. Ukuran kandang ayam lebar depan 90 cm tinggi kandang juga 90 cm sedangkan panjangnya 4 m, 2. Desainnya gampang dipindah pindah karena tinggal angkat saja, 3. Antara badan dan kepala kandang disatukan dengan ini, kalo mau angkat tinggal pindah saja, 4. Bagian putih ini kita pake lisplang, kemaren habisnya 3 lembar, kami pilih bahan ini karena lebih tahan hujan jadi semoga jadi awet, pilih genteng karena ada sisa di rumah. 5. Dikerjakan tukang plus minus 4 hari, 6. Semoga menginspirasi ya dan salam swasembada pangan keluarga. Berikut gambar 2 tentang salah satu dari keterangan video tersebut.



Gambar 2. Salah Satu Dari Keterangan Video

Video mendapatkan suka atau lambang hati 79, 6 ribu, komentar 1.109 dan diteruskan 16,9 ribu (pertanggal 9 Agustus 2025).

Interaksi dan Imersi merupakan keterlibatan peneliti dalam komunitas tersebut

Pada tahapan interaksi, peneliti menganalisis konten video aktivitas sehari-hari Instagram bu utig. Perkembangan video termasuk di dalamnya adalah jumlah video, komentar, gambar, simbol, like, berbagi ulang sesama pengikut. Pada tahapan Imersi merupakan keterlibatan peneliti dalam komunitas tersebut, salah satu bentuk keterlibatan peneliti dalam komunitas ini peneliti mengikuti

perkembangan instagram @bu_utig dengan bertanya secara langsung. Pertanyaan tidak hanya di Instagram namun juga diskusi secara pribadi (jaringan pribadi) di Instagram bu@utig. Berikut tabel 1 contoh komentar pada akun Instagram bu_utig

Tabel 1. Komentar postingan tanggal 3 Desember 2024 pada akun instagram bu_utig

Nama Akun Pemilik IG	Komentar postingan tanggal 3 Desember 2024 pada akun instagram bu_utig
tina.kar2	Yogya dimana mba utiq?
bu_utig	berbah mbak
tina.kar2	Makasih mba
triantifanny	Please semoga para pengusaha ayam bisa terinspirasi, ini bagus banget lo, soalnya apa yg kita makan berakibat dengan kondisi diri kita, kalau tu ayamnya happy, InsyaAllah kita yg makannya jauh lebih Happy dan Berkah juga
bu_utig	amiin ya Allah
dwinalurita	Kepingin melihat kandang ayam ibu utiq yang ramah lingkungan. Tepatnya lokasi dimana ibu? ❤️
bu_utig	kaki di sleman jogja bu
dwinalurita	di brebeg yang mana ibu? 😊❤️
pawitan_pawit	Menarik sekali
bu_utig	makasih kak. ayok sama2 belajar
wahyunifariz25_	Aku aja awal lihat konten kakak salfok sama kandang ayamnya 🤩 sangat bagus dan unik 😊
bu_utig	alhamdulillah semoga bermanfaat njeh
ultragen_store	Inspiratif 🙏🙏
kikirireyu	Keren dan tertata rapih bun
bu_utig	😊😊
anye_caniago97	Pengen beli kandang nya
bu_utig	bisa. buat kak
anye_caniago97	Serius bisa bikin kak .. spill tutorial nya dong
mie_ayam_goreng9	mie_ayam_goreng9 : Hbs brp bun bikin bgtu
bu_utig	1.3 kak
ita_fatmawati24	ita_fatmawati24 : belum termasuk ongkos tukang ya Bu?
bu_utig	iya kak
naning_malika	kandanv sekecil itu mas 1,3 bun
bu_utig	Semuanya tergantung material dan upah tukang bu,, coba nanti ibu buat.. tar share kesini njeh habis berapanya

naning_malika	iya pingin buat, ibu tinggal daerah mana bu
rabiahalkhoiriyah	Ini salah satu mimpiku , semoga kelak bisa mewujudkan nya Aamiin
bu_utiq	amiin semoga dimudahkan
rahendaradi	boleee juga 🙌
bu_utiq	gass kak
rahendaradi	siapp bu

Pada tabel 1, ada 16 akun intagram yang berdiskusi dengan bu Sri Hastuti sebagai pemilik akun bu_utig. Terjadi tanya jawab yang bersifat positif antara pemilik bu Sri Hastuti dengan para followernya. Beberapa kalimat yang menyatakan langsung bahwa video ini menginspirasi misalnya akun triantifanny menjelaskan : *Please semoga para pengusaha ayam bisa terinspirasi, ini bagus banget lo, soalnya apa yg kita makan berakibat dengan kondisi diri kita, kalau tu ayamnya happy, InsyaAllah kita yg makannya jauh lebih Happy dan Berkah juga.* Kemudian Akun dwinalurita menjelaskan : *Kepingin melihat kandang ayam ibu utiq yang ramah lingkungan. Tepatnya lokasi dimana ibu? ❤️*. kemudian akun pawitan_pawit menjelaskan *Menarik sekali*. Kemudian akun wahyunifariz25_ menjelaskan *Aku aja awal lihat konten kakak salfok sama kandang ayamnya 😊 sangat bagus dan unik 😊*. Kemudian akun naning_malika menjelaskan: *iya pingin buat, ibu tinggal daerah mana bu*. Kemudian akun rabiahalkhoiriyah menjelaskan : *Ini salah satu mimpiku, semoga kelak bisa mewujudkan nya Aamiin*. Semua akun ini menjelaskan mereka terinspirasi dengan video kandang ayam bu Sri Sri Hastuti. Adapun beberapa akun yang lain menjelaskan bahwa mereka bertanya tempat tinggal, menanyakan berapa harga jika ingin membuat kandang ayam, akun selanjutnya ada yang ingin membeli kandang ayam. Kemudian akun yang hanya bertanya tempat tinggal tinggal, akun yang memuji misalnya dengan kata bagus, keren, menarik, unik, keren, tertata rapi. Dari tanya jawab antara followers dan ibu Sri Hastuti beberapa temuan misalnya: video menginspirasi, mendidik dan juga ada kegiatan komersial aktivitas tanya jawab jual beli.

Melalui konsep CMC Computer-Mediated Communication menjelaskan bahwa komunitas berkomunikasi melalui media sosial dan menghadirkan pemahaman baru melalui video sebagai media pembelajaran membuat kandang ayam yang bersih, rapih, bagus, keren. Kegiatan beternak ayam yang menginspirasi orang lain untuk datang ke tempat pemeliharaan ayam bahkan untuk membeli dalam arti mempengaruhi perilaku orang lain. Dengan Cognitive Theory Of Multimedia Learning, manusia belajar berubah melalui media video yang ditonton di media sosial dan mendapatkan pengetahuan baru melalui diskusi dan video yang bisa diputar berulang kali sebagai proses pembelajaran melibatkan visualisasi. Dengan teknologi, masyarakat dapat berkembang pesat tanpa jarak yang memisahkan mereka. Dengan perkembangan teknologi ini setiap individu dapat mengandalkan aplikasi yang mudah untuk diakses guna memenuhi keperluan mereka. Laporan terbaru dari WeAreSocial (2020) pengguna media sosial secara aktif berjumlah 160 juta. Hal ini memungkinkan masyarakat dapat berkembang pesat untuk mendapatkan informasi atau hanya sekedar mencari pertemanan saja. Dari pertemanan menjadi komunitas besar secara virtual.

Kebiasaan Masyarakat di Digital

Budaya masyarakat saat ini, di era digital sangat memungkinkan segala sesuatunya diketahui banyak orang. Setiap orang dengan mudah untuk membuat konten atau membagikan kegiatan apapun melalui media sosial. Mulai dari kegiatan di rumah, di sekolah di kantor, ditempat lainnya. Beberapa karakteristik masyarakat saat ini misalnya ketergantungan pada teknologi. Ketergantungan ini dapat dilihat dari seringnya kebiasaan orang mencari tata cara memasak, membuat sesuatu, mencari informasi yang dibutuhkan melalui internet. Kebutuhan mencari informasi ini, tidak hanya untuk memenuhi apa yang mereka perlukan tapi juga untuk mengupdatenya. Misalnya kegiatan mencari tempat hiburan dan sekaligus untuk mengupdate kegiatan dari hiburan mereka.

Budaya masyarakat inilah yang kemudian membuat kebiasaan baru yang terpola. Pola inilah kemudian Komunitas baru dengan pola yang baru juga. Misalnya komunitas online pecinta tanaman hias, pecinta ternak unggas, pencinta lingkungan alam dan banyak lagi. Komunitas ini dengan cepat berkembang dan saling bertukar informasi dengan cepat dan mudah. Budaya inilah berkembang cepat, tidak hanya pada kebiasaan ringan namun juga pada kebiasaan luar biasa lainnya. Pada tahap berikutnya adalah masyarakat dengan perubahan yang signifikan, seperti dalam penelitian ini, awalnya keluarga Bu Utqi hanya beternak ayam untuk keperluan konsumsi keluarga. Kesempatan mengarah para penjualan seiring dengan permintaan follower, untuk membeli seperti yang ditulis oleh akun *anyecaniago97* "*Pengen beli kandangnya*". Hal ini didukung oleh budaya masyarakat yaitu dengan membeli tanpa harus ke pasar tradisional atau mall seperti sekarang. Barang mudah didapatkan dengan membeli produk secara online. Produk mudah didapatkan, dapat membeli produk yang diinginkan hanya melalui sistem online. kebiasaan masyarakat tersebut terhubung dengan masyarakat lainnya baik secara individu maupun secara komunitas. Kondisi ini sangat memungkinkan mereka mendapatkan informasi yang cukup banyak atau banjir informasi. Masyarakat digital saat ini sangat rentan mendapatkan informasi yang tidak benar.

Dari Salfok (Salah Focus), Menginspirasi Dan Menjadi Kebiasaan Baik

Akun *wahyunifariz25_* dengan komentarnya "Aku aja awal lihat konten kakak salfok sama kandang ayamnya 🐔 sangat bagus dan unik 🥰". Awalnya konten media digital banyak yang menghadirkan konten konten sederhana, namun unik. Keunikan inilah kemudian membuat para follower tidak begitu memperhatikan konten-konten sederhana. Namun ada konten satu tampilan konten membuat follower tertarik dengan kontennya, atau dikenal dengan salfok (salah focus) seperti akun *Akun wahyunifariz25_* yang tertarik dengan kandang ayam yang bagus dan unik. Banyak akun di media sosial seperti Akun *wahyunifariz25_* yang tertarik pada satu konten, dari ketertarikan dengan konten di media sosial membuat perubahan perilaku yang signifikan. Dalam arti, peran media sosial telah membentuk perubahan diri. (Silitonga, 2023).

Pada Era Transformasi Digital kebiasaan baik dapat dikembangkan. Ada beberapa kebiasaan yang baik yang bisa dikembangkan pada masyarakat digital ini, sebagaimana yang dijelaskan oleh Firmansyah, berikut penjelasannya:

1. Menjadikan masyarakat pembelajar sepanjang hayat (Lifelong Learner),
2. Masyarakat dapat berpikir kritis dan sadar informasi,

3. Masyarakat dapat mengatur identitas mereka demi menjaga keamanan,
4. Menjadikan masyarakat cerdas dan efektif dalam berkomunikasi,
5. Merekas selalu menyesuaikan tools & platform yang berkembang pesat,
6. Dengan perkembangan internet mereka dapat bernegosiasi,
7. Menjaga Kesejahteraan Digital (Digital Wellbeing) (Firmansyah, 2025)

Pendapat Follower di media Sosial

Pendapat follower pada Akun bu_utiq dengan judul *banyak yang salfo tentang kandang ayam kami*, cenderung bersifat positif: berikut contoh-contoh kalimat positif dari follower: *Please semoga para pengusaha ayam bisa terinspirasi, ini bagus banget lo, soalnya apa yg kita makan berakibat dengan kondisi diri kita, kalau tu ayamnya happy, InsyaAllah kita yg makannya jauh lebih Happy dan Berkah juga. Kepengin melihat kandang ayam ibu utiq yang ramah lingkungan. Menarik sekali, sangat bagus dan unik, keren dan tertata rapih, Pngen beli kandang nya.* Perkembangan di media sosial mengingatkan kita perlu tindakan yang bijak dalam menggunakan media sosial. dari media sosial ini kita paham akan potensi yang akan berkembang. Potensi media sosial dapat berdampak positif dan negatif menjadikan masyarakat Indonesia yang maju dengan teknologi media sosial ini. (Abraham & Hermanto, 2023)

Perkembangan media sosial menjadikan masyarakat dapat berkomunikasi tanpa batas waktu dan jarak, kegiatan mereka dapat dijumpai secara langsung atau real-time. Hal ini menjadikan masyarakat dapat menghapus batas geografis dalam mengembangkan kegiatan yang mereka lakukan. Kegiatan secara sadar. Kesadaran ini yang diperlukan dan pentingnya literasi digital masyarakat. Namun tidak jarang perilaku negatif juga dapat berkembang pesat, dan tentu dengan kesadaran pula kita dapat meminimalkan dampak dari media sosial. Dampak penggunaan media sosial pada remaja sangat beresiko dan tantangan baru. manfaat, dampak positif dan negatif dalam bermedia sosial. Panduan dalam bermedia sosial merupakan cara tepat yang diberikan kepada siswa-siswi, sehingga dapat dipahami dan dipraktikkan dalam bermedia sosial (Hamzani, Sanusi, Rakhmatullah, Selviany, & Pratama, 2024).

Dampak Media Sosial dalam Kehidupan masyarakat

Berikut dampak positif media sosial dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Pertama, Mempermudah Komunikasi. Dalam hitungan detik semua informasi yang tersedia dapat kita dapatkan. Jika orang-orang terdahulu harus menunggu lama untuk mendapatkan berita atau kabar dari orang tua, teman ataupun kerabat lainnya maka sekarang sangat mudah untuk berkomunikasi secara langsung di dunia maya saat ini. Pada instagram bu_utq video mendapatkan suka atau lambang hati 79, 6 ribu, komentar 1.109 dan diteruskan 16,9 ribu (pertanggal 9 Agustus 2025), Para komentator 1.109 setiap orang dengan mudahnya berkomunikasi satu dengan lainnya. Para follower ini dengan mudahnya dapat bercengkrama satu dengan yang lainnya. Tanpa menunggu waktu yang lama semua gambar atau video sangat dengan mudah tersampaikan pada follower lainnya. Bahkan para follower ini telah menjadi komunitas baru.

Kedua, Apapun yang kita lakukan menjadi rekam jejak yang dapat menjadi bukti kuat. Percakapan di media sosial dapat menjadi bukti kuat. Percakapan di

media sosial dengan fitur-fitur yang menyertainya misalnya menyimpan data, menjadikan media sosial ini dapat menyimpan file atau data dengan jumlah yang cukup besar. Pada instagram bu_utig dengan video mendapatkan suka atau lambang hati 79, 6 ribu, komentar 1.109 dan diteruskan 16,9 ribu (pertanggal 9 Agustus 2025) menjadi rekam jejak di dunia digital dan tersimpan, dan dapat di simpan oleh siapapun. Gambar-gambar atau video yang diposting dapat menjadi rekam jejak yang dapat dicontoh bagi orang-orang yang ingin membuat kembang ayam yang bersih, keren dan bernilai ekonomis.

Ketiga, Menghilangkan Rasa Jenuh. Dengan tanyangan yang menghibur atau gambar-gambar atau video-video lucu menjadikan media sosial ini tempat beristirahat sejenak dalam waktu jeda istirahat. pada Instagram bu_utiq video mendapatkan suka atau lambang hati 79, 6 ribu, komentar 1.109 dan diteruskan 16,9 ribu (pertanggal 9 Agustus 2025) dapat dilihat berulang kembali dan menjadi tontonan menarik bagi sebagian orang.

Keempat, Peluang Pekerjaan Baru. Perkembangan media sosial telah menciptakan pekerjaan baru Masyarakat. Misalnya para youtuber, tiktok, atau orang-orang yang mahir dalam bermedia dapat membuat konten-konten yang menarik untuk diupload di media sosial. Bahkan beberapa perusahaan menjadikan media sosial sebagai tempat promosi, hal ini memerlukan administrator yang dikenal dengan admin. Admin di perusahaan/toko-toko online misalnya di shoppe atau tokopedia atau perusahaan lainnya. Jika memang individu telah besar, memungkinkan sekali memerlukan administrator/admin IG atau media sosial lainnya terutama bagi pemilik media sosial sibuk bekerja di tempat lainnya.

Kelima, Menambah jaringan. Siapapun dapat menambah jaringan, hal yang bisa ditemukan dalam Masyarakat, misalnya pertemanan, bahkan jodoh/pasangan hidup berasal dari media sosial ini. Dari bertukar pesan di media sosial kemudian berlanjut dengan jaringan pribadi (japri), selanjutnya hubungan ini dapat berlanjut dalam berbisnis, atau hanya sekedar teman untuk bermain games. Setiap follower di IG atau media sosial lainnya adalah sebuah jaringan yang dapat tersambung kapanpun jika mereka mau. Bermula dari gagal fokus sebagaimana yang disampaikan oleh akun wahyunifariz25_ “Aku aja awal lihat konten kakak salfok sama kandang ayamnya 😊 sangat bagus dan unik 🥰” bisa berkembang menjadi pertemanan dan menambah jaringan yang besar.

Berikut dampak negatif media sosial (1) Meninggalkan Jejak, apa saja yang sudah dikirimkan ke media sosial akan meninggalkan jejak yang gampang di kirim kembali atau disimpan oleh siapapun. Tulisan, gambar, video dapat ditafsirkan secara bebas oleh siapapun. Maka Ketika mengupload gambar atau video di media sosial hendaknya harus bijak dengan berhati-hati. (2) Banyak kejahatan di Media Sosial, kejahatan di media sosial dapat ditemui misalnya adalah penipuan mengatasnamakan lembaga keuangan atau bank-bank, atau penipuan dengan mengatasnamakan nama-nama pejabat untuk menipu. Bahkan ada penipuan dengan meretas jaringan pribadi atau lembaga. (3) Banyak Hoax atau berita bohong yang beredar. Berita bohong/hoax dengan mudah dapat tersebar, karena sifatnya online dan hanya mengandalkan jari tangan, berita dengan mudah dikirimkan ulang oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Hal ini memerlukan literasi digital untuk menyaring informasi yang diterima. (4) Mengganggu Kesehatan Mental, misalnya perasaan berkecil hati, perasaan menganggap orang lain lebih baik akibat melihat konten-konten di media sosial dan ikut-ikutan ingin selalu mengupdate

status di media sosial yang dikenal dengan FOMO (Fear of Missing Out). Ini Adalah Kesehatan mental orang-orang dapat dijumpai dimanapun. Walaupun kajian tentang memposting video atau gambar di media sosial perlu kajian lebih lanjut. Misalnya kegiatan memposting makanan tertentu karena memang berbisnis makanan, memposting kegiatan liburan di mana-mana karena memang berusaha di bidang pariwisata, dan seterusnya. (5) Tidak Menghargai Orang yang Berada di Sekitar Kita. Media sosial terkadang membuat pertemanan menjauh. (6) *Cyberbullying*, kasus-kasus berat maupun kasus ringan tentang cyberbullying ini banyak dijumpai pada remaja. Hal ini mengganggu kesehatan mental, kecemasan, stres dan bahkan depresi. Remaja yang belum stabil perkembangan mentalnya rentan jika mendapat *cyberbullying* ini. 7. *Body image* dan kepuasan diri rendah: penyakit lainnya adalah ketidakpuasan terhadap ciri khas tubuh. Media sosial dengan menampilkan bentuk tubuh yang sempurna, mulai dari wajah, tinggi badan, rambut dan lain-lain ataupun ciri fisik yang lain yang dianggap sempurna, terkadang membuat kesehatan mental menjadi terganggu. 8. Kecanduan media sosial: media sosial telah membuat banyak remaja yang terganggu dengan Kesehatan mental karena tidak lagi mempertimbangkan jam tidur malam/begadang dalam waktu cukup lama. Sehingga siklus jam tidurpun berubah.

Simpulan

Temuan dalam artikel ini adalah video di media sosial dapat menginspirasi, mendidik dan juga komersial, dan pendapat follower yang bersifat positif. Tiga point ini didapatkan melalui komunitas berkomunikasi melalui media sosial dan menghadirkan pemahaman baru melalui video sebagai media pembelajaran. Video yang ditonton dengan judul *Banyak yang safok dengan kandang ayam kami* membuat kandang ayam yang bersih, rapih, bagus, keren. Kegiatan beternak ayam yang menginspirasi orang lain untuk datang ke tempat pemeliharaan ayam bahkan untuk membeli kandang ayam tersebut. IQ bu_utig membuat orang lain belajar dan berubah melalui media video yang ditonton di media sosial dan mendapatkan pengetahuan baru melalui diskusi materi menarik disampaikan oleh ibu Sri Hastuti melalui instagramnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, V., & Hermanto, Y. P. 2023. Pembimbingan Pemuda Penggunaan Media Sosial Agar Tetap Memiliki Komunitas Sebagai Media Interaksi verbal. *Jurnal Pkm Setiadharm*, 4(2), 90-99.
- Aza. n.d.. Mengenal 6 Ciri Khas Masyarakat Digital. BPSDM Jatim, Jatim, Indonesia. Retrieved from <https://www.humasindonesia.id/event/mengenal-6-ciri-khas-masyarakat-digital-1696>
- Eriyanto. 2025. *Universitas Prof. Moestopo (Beragama) Library*. Retrieved From Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Penggunaan Media Sosial: https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=129273&keywords=
- Fauzi, F. M., Kusdiantie, M., & Azzam, M. S. 2024. Learning Media Transformation: Before, During, And After The Covid-19 Pandemic. *Hipkin Journal of Educational Research*, 1(2), 227-238. <https://doi.org/10.64014/hipkin-jer.v1i2.21>.
- Firmansyah, I. 2025. 7 Kebiasaan Baik di Era Transformasi Digital. Indonesia. Retrieved from <https://www.softwareseni.co.id/blog/menghadapi-digital-transformasi>
- Hamzani, A. I., Sanusi, Rakhmatullah, B. R., Selviany, & Pratama, E. A. 2024. Cerdas Dalam Bermedia Sosial Bagi Remaja. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 111-118. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.1078>.
- Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, S., Tindaon, M., & Batubara, A. 2024. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(9), 1-9.
- Kozinets, R. 2010. *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. SSAGE Publication Asia Pasifik Ltd: Singapore.
- Mayer, R. 2025. *Jacksonville States University*. Retrieved from Multimedia Learning: Retrieved from: <https://www.jsu.edu/online/faculty/multimedia%20learning%20by%20Richard%20E.%20Mayer.pdf>
- Sangadji, F. A., Fitri, A. C., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran media sosial TikTok sebagai platform untuk pengembangan bisnis di era digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143-149.
- Silitonga, P. 2023. Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Perkembangan Sosial, Psikologis, Dan Perilaku Remaja Yang Tidak Terbiasa Dengan Teknologi Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 13077-13089.
- Sukoco, H., & Krisnaresanti, A. 2024. Penggunaan media sosial sebagai adaptasi strategi pemasaran UMKM saat pandemi Covid-19: Tinjauan literatur . *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 32-40. <https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.665>.
- Walther, J. 2025. *University of California, Santa Barbara*. Retrieved from UC Santa Barbara Departmen of Communication: Retrieved from: <https://www.comm.ucsb.edu/people/joe-walther>