

Analisis Penerapan Konten Pilar Pada Akun Media Sosial Instagram @Kunci_Hukum Dalam Membangun *Engagement*

Anggi Januarman Sinaga¹, Dedi Kurnia Syah Putra²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, anggijanmarman@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the implementation of content pillars on the Instagram social media account @kunci_hukum in building engagement. The background of this research is based on the high usage of social media, particularly Instagram, as a fast and effective means of communication and information dissemination. This research employs a qualitative approach with a descriptive method and data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The concept used is the Four Pillars of Social Media Strategy by Safko & Brake (2009), which includes the pillars of communication, collaboration, education, and entertainment. The results show that the @kunci_hukum account effectively utilizes social media through the development of informative content, engaging visuals, and the delivery of legal messages that are simple and easy to understand. Collaboration strategies with external parties, the use of infographics, video reels, and online webinars further strengthen audience interaction and understanding.

Keywords : Content Pillars, Instagram, Lon Safko and David K. Brake

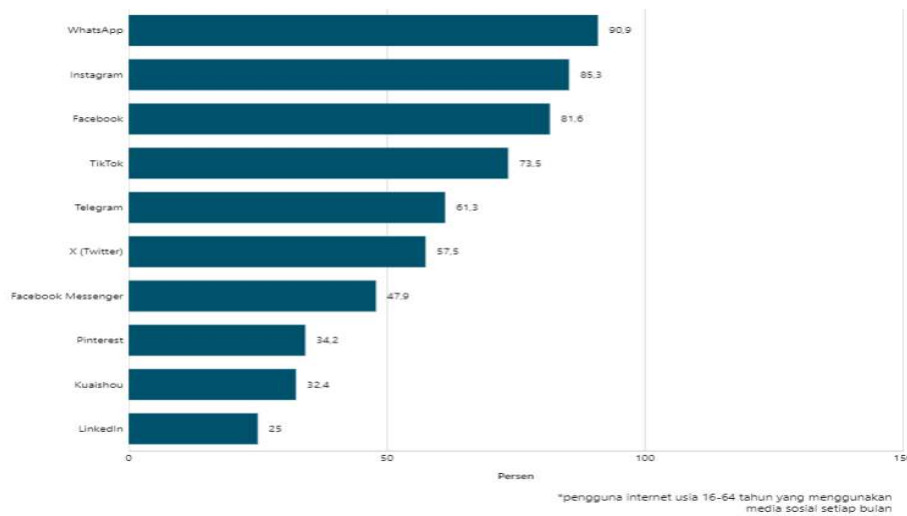
Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan konten pilar pada akun media sosial Instagram @kunci_hukum dalam membangun engagement. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang cepat dan efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Konsep yang digunakan adalah Four Pillars Social Media Strategy dari Safko & Brake (2009) yang mencakup pilar komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @kunci_hukum secara efektif memanfaatkan media sosial melalui penyusunan konten yang informatif, visual yang menarik, serta penyampaian pesan hukum yang sederhana dan mudah dipahami. Strategi kolaborasi dengan pihak eksternal, penggunaan infografis, video reels, serta webinar daring turut memperkuat interaksi dan pemahaman audiens.

Kata Kunci: Instagram, Konten Pilar
Kata Kunci : Instagram, Konten Pilar, Lon Safko dan David K. Brake

I. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah menempatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai salah satu platform utama dalam penyebaran informasi dan edukasi. Instagram memungkinkan penggunaannya untuk berbagi berbagai bentuk konten visual, seperti foto dan video, dengan cepat dan mudah diakses. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dalam cara masyarakat, terutama generasi muda, berinteraksi dengan media sosial sebagai sumber informasi yang relevan dan edukatif (Pitman & Reich, 2016). Instagram merupakan platform media sosial yang memiliki banyak kelebihan sebagai media informasi, yang dimana dapat menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 1.1 Statistik Penggunaan Media Sosial di Indonesia Pada Januari 2024
 Sumber : Databooks

Instagram menempati posisi kedua sebagai media sosial paling sering digunakan di Indonesia. Platform ini memungkinkan penyebaran informasi melalui gambar dan video, serta interaksi antar pengguna (Helen & Rusdi, 2018). Dengan jumlah pengguna yang besar, Instagram menjadi media yang efektif untuk memperluas jangkauan informasi (Kusdiani, 2024).

Di tengah kompleksitas isu-isu hukum yang seringkali sulit dipahami oleh masyarakat awam, media sosial seperti Instagram menjadi sarana yang strategis untuk menyampaikan informasi hukum dalam format yang lebih sederhana, visual, dan mudah diakses. Hal tersebut mendorong munculnya berbagai akun Instagram yang berfokus pada media informasi dan edukasi hukum, salah satunya adalah akun @kunci_hukum yang menunjukkan performa engagement yang tinggi dibandingkan akun sejenis.

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Engagement Akun Instagram Hukum

Nama Akun	Tahun Aktif	Pengikut	Mengikuti	Postingan	Rata-rata Like	Rata-rata Komentar
@kunci_hukum	2024	15.111	52	674	108.56	1.38
@lab_law	2020	22.730	75	384	29.88	0.31
@sahabat_hukum	2018	20.693	7	258	38.44	0.19

Sumber : Olah Data Peneliti (2024)

Ketiga akun Instagram di atas memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan informasi dan edukasi seputar hukum kepada masyarakat melalui platform media sosial. Meskipun demikian, terdapat perbedaan mencolok dalam hal aktivitas, tingkat interaksi, dan kualitas keterlibatan audiens pada masing-masing akun.

Meskipun baru aktif pada 2024, akun @kunci_hukum menunjukkan interaksi tinggi dengan 674 unggahan, rata-rata 108,56 like dan 1,38 komentar per unggahan. Sebaliknya, akun @lab_law yang memiliki 22.730 pengikut hanya memperoleh rata-rata 29,88 like dan 0,31 komentar, sementara @sahabathukum dengan 20.693 pengikut meraih rata-

rata 38,44 like dan 0,19 komentar. Data ini menunjukkan bahwa @kunci_hukum memiliki tingkat keterlibatan audiens yang lebih kuat meskipun jumlah pengikutnya lebih sedikit.

Akun @kunci_hukum hadir sebagai akun Instagram yang berfokus pada edukasi dan sosialisasi berbagai aspek hukum yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Melalui konten-konten yang informatif, menarik, dan disajikan dengan Bahasa yang sederhana, Kunci Hukum berupaya membantu masyarakat memahami hak kewajiban mereka sebagai warga negara. Akun ini juga memberikan pemahaman tentang berbagai aspek hukum yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari, seperti hukum perdata, pidana, ketenagakerjaan, bisnis, serta berbagai regulasi lainnya.

Pemfaatan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi terbukti efektif. Platform Instagram memungkinkan penyajian konten yang menarik dan mudah dipahami, sehingga meningkatkan keterlibatan serta partisipasi komunitas. Fitur interaktifnya juga mendukung transparansi serta komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Dengan kelebihan Instagram yang mampu menjangkau banyak orang dan bersifat interaktif, akun Instagram @kunci_hukum dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan mudah ke berbagai kalangan masyarakat. Akun ini membantu membangun kesadaran masyarakat di Indonesia akan pentingnya hukum.

Akun Instagram @kunci_hukum memiliki peran strategis dalam menjangkau masyarakat luas melalui penyebaran informasi hukum secara cepat, visual, dan mudah dipahami. Jumlah pengikut yang terus meningkat serta konsistensi dalam mengunggah konten menunjukkan tingginya kepercayaan publik terhadap akun ini sebagai sumber edukasi hukum yang kredibel. Hal ini memperkuat posisinya sebagai media komunikasi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman hukum di kalangan masyarakat. Dalam konteks perkembangan digital, media sosial kini menjadi sarana penting untuk menyampaikan pengetahuan dan informasi positif secara masif, membentuk komunitas yang lebih sadar hukum dan berwawasan. Oleh karena itu, peran akun seperti @kunci_hukum sangat relevan dalam mendukung upaya peningkatan kesadaran hukum di Indonesia. Adapun jenis konten yang dipublikasikan meliputi infografis informatif pada feed, video reels yang bersifat edukatif dan menarik secara visual, serta poster kegiatan seperti seminar atau webinar hukum, yang semuanya dirancang untuk menjangkau dan melibatkan audiens secara aktif.

Menurut (Rigia dan Sani, 2016), infografis merupakan bentuk visual yang menggabungkan data dengan elemen desain untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan efektif. Infografis membantu menyederhanakan informasi kompleks dan menarik minat audiens. Dalam konteks akun Instagram @kunci_hukum, infografis digunakan untuk menyampaikan informasi hukum penting seperti peraturan terbaru, hak dan kewajiban warga negara, serta langkah penyelesaian masalah hukum. Dengan desain yang menarik dan informatif, infografis tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan retensi informasi hukum. Hal ini diperkuat oleh pendapat (Muhammad Isla dan Risti Puspita 2022), yang menyatakan bahwa infografis efektif karena mayoritas orang cenderung belajar secara visual, sehingga memudahkan organisasi dalam menyampaikan informasi hukum kepada masyarakat. Selain infografis, video reels menjadi format konten yang efektif untuk menyampaikan informasi hukum yang kompleks secara menarik dan ringkas. Menurut (Rohmi Aida dan Sari Hariyanto, 2021), Instagram Reels memungkinkan pengguna membagikan video pendek berdurasi hingga beberapa menit, menjadikannya media yang fleksibel dan atraktif. Dengan sifatnya yang dinamis dan interaktif, Reels mampu menyampaikan pesan edukatif secara lebih mendalam dan mudah dipahami, sehingga sangat potensial dalam menjangkau masyarakat luas dalam konteks edukasi hukum. Akun @kunci_hukum juga memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menyebarkan informasi hukum, termasuk melalui poster promosi webinar. Poster ini digunakan untuk mengumumkan kegiatan edukatif seperti seminar daring yang membahas berbagai isu hukum. Menurut (Mansyur et al., 2019b), webinar merupakan bentuk seminar atau workshop yang dilakukan secara online, memungkinkan interaksi tatap muka melalui video atau chat. Selama webinar berlangsung, @kunci_hukum juga menggunakan fitur IG Stories untuk menyiarkan cuplikan acara secara real-time, memperluas jangkauan audiens termasuk mereka yang tidak sempat mendaftar. Setelah acara, akun ini membagikan ringkasan materi dan kutipan penting dari narasumber guna mempertahankan keterlibatan dan memperkuat pemahaman audiens terhadap topik yang dibahas.

Kesadaran hukum merupakan elemen penting dalam menciptakan keteraturan dan keadilan, terutama di Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan sistem hukum yang kompleks. Rendahnya kesadaran hukum menjadi tantangan serius karena dapat mengancam nilai-nilai demokrasi dan keadilan sosial. Salah satu penyebab utamanya adalah keterbatasan akses terhadap informasi hukum. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan media massa sangat diperlukan untuk meningkatkan literasi hukum. Seiring perkembangan teknologi, media sosial seperti Instagram menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi hukum secara luas dan

mudah dipahami. Akun @kunci_hukum memanfaatkan media ini dengan menyajikan konten edukatif melalui infografis, video reels, dan seminar daring. Strategi ini menjadikan hukum lebih dekat dan relevan bagi masyarakat, serta berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran hukum di era digital.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yang di tulis oleh Tulandi, Rifai, dan Lubis berjudul Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental membahas strategi komunikasi yang digunakan akun @UbahStigma dalam mengedukasi publik dan mengurangi stigma terkait kesehatan mental. Dijelaskan bahwa Strategi komunikasi tersebut mencakup pemahaman audiens, penyusunan konten informatif dan persuasif, serta pemanfaatan fitur Instagram untuk memperluas jangkauan. Faktor pendukungnya meliputi keterlibatan komunitas dan praktisi kesehatan, sementara hambatannya adalah potensi kesalahan interpretasi pesan. Hasilnya, konten yang dibagikan mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran audiens. Meski relevan dalam konteks strategi komunikasi digital, penelitian ini tidak secara khusus membahas penyampaian edukasi dan informasi hukum dalam rangka meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial akun Instagram @kunci_hukum dalam menyampaikan informasi dan edukasi hukum kepada masyarakat. Dalam menyusun strategi yang efektif, dibutuhkan kerangka teori yang kokoh dan aplikatif. Hal ini sejalan dalam pengelolaan media sosial, di mana strategi penyebaran informasi dan edukasi harus memiliki landasan teori agar bisa berjalan efektif dan mampu menjangkau audiens dengan maksimal. Salah satu pendekatan yang relevan dalam menganalisis upaya penyebaran informasi dan edukasi melalui platform media sosial adalah teori Four Pillars Social Media Strategy yang diperkenalkan oleh Lon Safko dan David K. Brake dalam karya mereka The Social Media Bible (2009).

Melalui analisis ini, penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai strategi media sosial Instagram yang efektif dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat Indonesia. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh akun Instagram @kunci_hukum dalam menyebarkan informasi serta edukasi hukum kepada masyarakat. Dengan merujuk pada rumusan masalah yaitu, menganalisis bagaimana strategi media sosial Instagram @kunci_hukum dalam penyebaran informasi dan edukasi hukum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi hukum di era digital.

II. TINJAUAN LITERATUR

1. Media Informasi dan Edukasi

Media informasi mencakup berbagai alat, platform, atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Peran media informasi sangat penting dalam menyebarkan beragam jenis konten seperti berita, data, ide, dan pesan lainnya secara luas (Aldo Rio, 2024). Sementara itu, media edukasi merupakan sarana yang dirancang khusus untuk mendukung proses pembelajaran dengan menyampaikan materi edukatif dan mendorong partisipasi aktif audiens (Tisngati Urip, 2022). Kedua jenis media ini memiliki keterkaitan yang erat, di mana media edukasi merupakan bagian dari media informasi dengan fokus lebih terarah untuk membantu pemahaman dalam konteks pendidikan formal maupun nonformal. Urgensi penyebaran informasi dan edukasi hukum melalui media sosial semakin meningkat, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat aktif menggunakan platform digital. Safitri et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram, YouTube, Snapchat, dan TikTok efektif dalam meningkatkan kesadaran hukum di kalangan anak muda Indonesia. Media sosial memungkinkan penyampaian informasi hukum secara cepat, interaktif, dan dalam format yang mudah dipahami, seperti infografis, video pendek, dan diskusi daring, sehingga mampu menjangkau audiens lebih luas dibandingkan metode konvensional. Kesenambungan edukasi hukum melalui media sosial menjadi hal penting agar masyarakat dapat lebih memahami hak dan kewajiban mereka dalam berbagai aspek kehidupan. Selain menjadi tanggung jawab pemerintah, edukasi hukum juga dapat dijalankan oleh akademisi, praktisi hukum, dan komunitas yang peduli terhadap literasi hukum. Dengan strategi komunikasi yang tepat, media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran hukum, tetapi juga mengurangi penyebaran informasi yang tidak akurat di dunia digital. Oleh karena itu,

pengembangan pendekatan digital dalam edukasi hukum harus terus dilakukan seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

2. **Four Pillars Social Media Strategy**

Buku *The Social Media Bible: "Tactics, Tools, and Strategies for Business Success"* membahas bagaimana sebagian besar bisnis menggunakan strategi komunikasi dengan audiens atau pelanggan mereka. Selain itu, buku ini memeriksa apakah teknik tradisional masih efektif dan apakah hasilnya konsisten. Dalam buku *The Social Media Bible* (2009) Lon Safko dan David K. Brake mengungkapkan pandangannya tentang strategi komunikasi di media sosial yang mencakup empat aspek yaitu, Komunikasi, Kolaborasi Edukasi dan Hiburan.

a) Komunikasi

Perusahaan kini membangun komunikasi dua arah yang interaktif di media sosial, memungkinkan pengukuran respons audiens seperti komentar yang memengaruhi kinerja bisnis. Selain itu, platform seperti email, YouTube, dan blog turut mendukung strategi komunikasi dengan mendorong keterlibatan dan tindakan nyata dari audiens, sehingga tercipta hubungan yang kuat dan berkelanjutan.

b) Kolaborasi

Perusahaan membangun komunikasi dua arah yang interaktif di media sosial, dengan mengukur respons audiens seperti komentar yang memengaruhi kinerja bisnis. Selain itu, platform lain seperti email, YouTube, dan blog mendukung keterlibatan audiens sehingga tercipta hubungan yang berkelanjutan. Kolaborasi media sosial melibatkan partisipasi aktif perusahaan dan pengguna dalam pembuatan konten, tidak hanya di internal tetapi juga dari audiens eksternal, seperti komunitas yang memberikan umpan balik untuk meningkatkan produk.

c) Edukasi

Penggunaan media sosial oleh perusahaan menjadi sarana efektif dalam memberikan nilai edukatif kepada audiens. Strategi utama adalah memanfaatkan keahlian internal perusahaan dan mengubahnya menjadi konten edukatif, seperti video YouTube atau foto tematik yang berfungsi sebagai alat edukasi visual. Pendekatan ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterlibatan dan memperkuat citra perusahaan sebagai sumber pengetahuan, sehingga memberikan nilai tambah yang berdampak bagi audiens internal maupun eksternal.

d) Hiburan

Penyajian konten yang menarik dan menghibur menjadi strategi penting dalam membangun koneksi emosional dengan audiens. Contoh video "Will It Blend?" menunjukkan bahwa hiburan bukan sekadar lucu-lucuan, melainkan alat untuk memperkuat daya tarik dan ingatan terhadap merek. Dengan eksperimen kreatif yang tetap relevan, perusahaan dapat menghadirkan konten hiburan yang meningkatkan interaksi dan membangun kedekatan dengan audiens, sehingga menciptakan pengalaman media sosial yang lebih berkesan.

3. **Media Sosial Instagram**

Instagram, yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010, awalnya dirancang sebagai platform berbagi foto dengan fokus pada estetika visual. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications* (Katz), Instagram memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya, seperti hiburan, pembentukan identitas diri, interaksi sosial, dan akses informasi, yang menjadi alasan popularitas platform ini sejak awal (Dwi Putri, 2024). Selain memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan infografis, Instagram juga menyediakan fitur siaran langsung (live video) yang mempercepat penyebaran informasi dan memfasilitasi interaksi antar pengguna (Ratri, 2020). Beragam fitur yang tersedia mendukung penyebaran informasi secara efektif dan memperkaya pengalaman pengguna. Tampilan profil dan bio yang sederhana kini lebih menonjolkan jumlah pengikut, sementara fitur unggahan memungkinkan pengguna membagikan foto dan video dengan berbagai filter dan efek, termasuk unggahan dalam format multiple. Fitur Stories menjadi sangat populer, terutama dalam pemasaran online di Indonesia, dengan berbagai elemen interaktif seperti polling, GIF, dan hashtag yang memperkuat keterlibatan audiens. Caption yang menarik turut meningkatkan interaksi, sedangkan fitur komentar memudahkan pengguna untuk memberikan respons dan menyebut akun lain. Hashtag membantu mengelompokkan konten berdasarkan tema, sehingga meningkatkan visibilitas postingan. Fitur like

memungkinkan pengguna menunjukkan apresiasi, sementara fitur aktivitas membantu pengguna mengelola waktu yang dihabiskan di aplikasi. Terakhir, pesan langsung (direct message) memungkinkan komunikasi pribadi dalam bentuk teks, foto, atau video kepada satu atau beberapa pengguna. Dengan rangkaian fitur tersebut, Instagram berkembang menjadi platform multifungsi yang tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi konten visual, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial, pemasaran digital, dan penyebaran informasi yang efektif.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang berasumsi bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan pengalaman individu. Paradigma ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara mendalam strategi komunikasi akun Instagram @kunci_hukum dalam menyampaikan edukasi hukum, serta memahami bagaimana pengalaman pengelola akun memengaruhi pendekatan yang digunakan. Pendekatan ini dijalankan dengan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan mengungkap fenomena secara komprehensif melalui narasi, observasi, serta analisis konten berdasarkan teori Four Pillars Social Media Strategy (Safko & Brake, 2009). Subjek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @kunci_hukum, sementara objeknya adalah strategi media sosial yang diterapkan dalam penyebaran informasi dan edukasi hukum. Informan dipilih secara purposive, yang mencakup pengelola akun sebagai informan kunci, serta pengikut aktif sebagai informan pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung terhadap akun, dan dokumentasi unggahan relevan. Ketiga metode ini dianalisis secara triangulatif untuk meningkatkan keabsahan data. Dalam analisis data, peneliti menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas hasil, digunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, guna memperoleh temuan yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, disajikan hasil penelitian sebagaimana berikut:

Strategi Komunikasi dalam Penyampaian Informasi Hukum

1. Pemilihan Platform: Instagram dipilih sebagai sarana komunikasi utama karena jangkauannya luas, penyebaran informasi cepat, dan mudah diakses oleh semua kalangan, terutama target audiens Kunci Hukum.
2. Penyusunan Pesan: Pesan disusun secara kolaboratif oleh tim content writer dan desain grafis. Pesan bersifat informatif, sederhana, akurat, dan bebas dari clickbait. Setiap konten melewati proses review ketat untuk memastikan tidak menyesatkan atau membingungkan.
3. Komunikasi Dua Arah: Akun ini aktif menggunakan fitur Instagram Story yang bersifat interaktif seperti quiz dan pertanyaan terbuka untuk meningkatkan interaksi dan mengukur pemahaman audiens terhadap materi yang disampaikan, serta menjangkau opini untuk konten lanjutan.

Strategi Edukasi dalam Konten Hukum

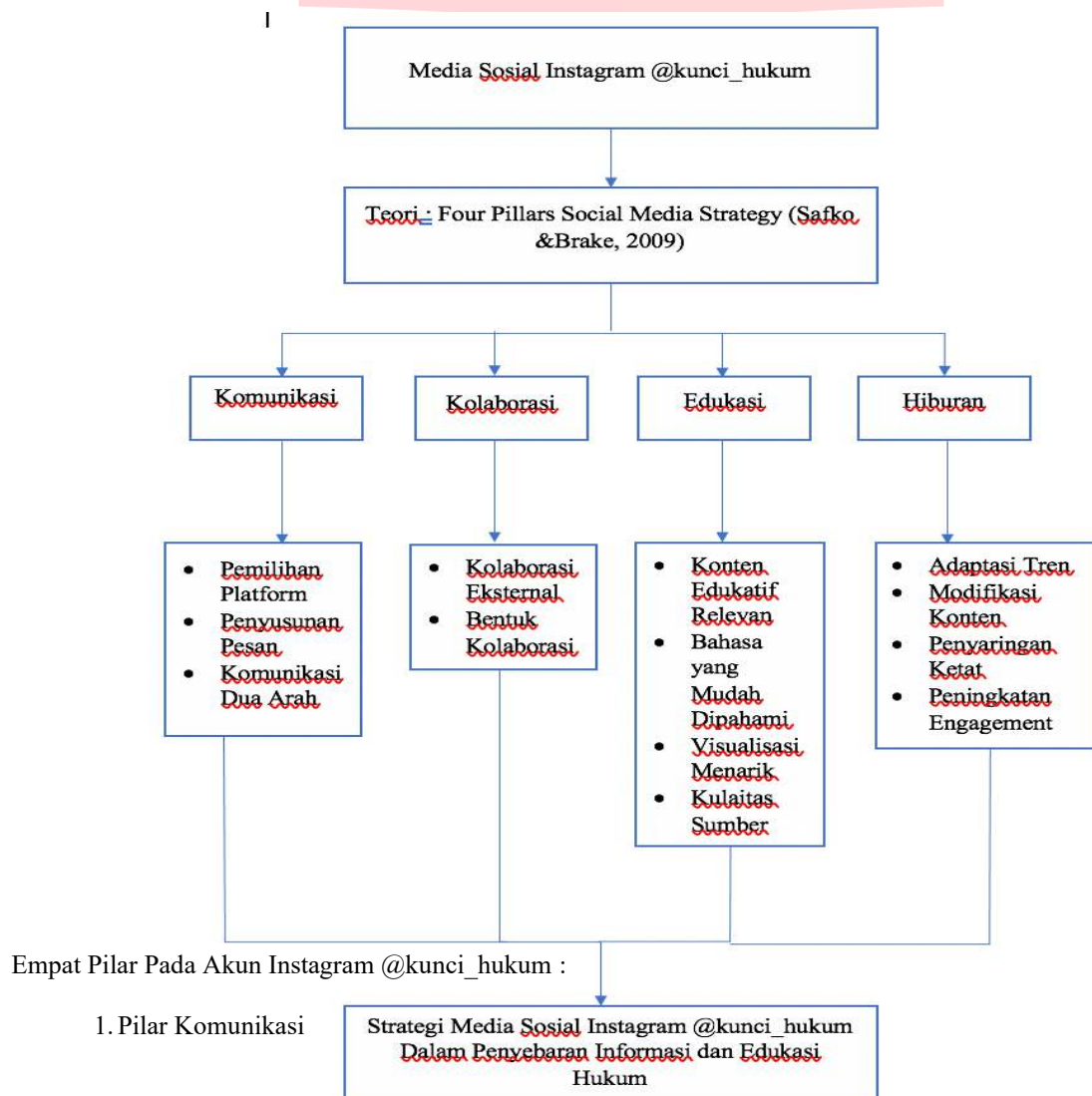
1. Konten Edukatif yang Relevan: Konten edukasi disesuaikan dengan isu hukum yang relevan dan sering dicari oleh audiens, misalnya isu hukum terkait kehidupan sehari-hari, tren di media sosial, atau isu yang sedang viral, namun tetap dalam koridor hukum.
2. Bahasa Sederhana: Penggunaan bahasa yang lugas, tidak kaku, dan mudah dipahami sangat ditekankan agar informasi hukum dapat diterima oleh masyarakat awam.
3. Visualisasi Menarik: Selain bahasa, aspek visual seperti infografis carousel dan video reels menjadi kunci untuk menyajikan informasi yang kompleks agar lebih menarik dan mudah dicerna.
4. Kualitas Sumber: Informasi yang disampaikan selalu didasarkan pada sumber yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan seperti jurnal, dan olah riset dari tim.
- 5.

Kolaborasi sebagai Upaya Perluasan Jangkauan

1. Kolaborasi Eksternal: Kunci Hukum berkolaborasi dengan pihak eksternal, termasuk praktisi hukum, organisasi, komunitas, dan universitas, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas informasi.
2. Bentuk Kolaborasi: Kolaborasi dilakukan melalui seminar daring (webinar) dan acara lomba.

Unsur Hiburan dalam Konten Hukum

1. Adaptasi Tren: Akun Kunci Hukum mengikuti tren hiburan yang sedang populer di Instagram untuk menarik perhatian audiens dan membuat konten lebih relateable.
2. Modifikasi Konten: Konten hiburan yang sedang viral diremake atau dimodifikasi agar tetap relevan dengan topik hukum dan identitas Kunci Hukum sebagai media informasi dan edukasi hukum.
3. Penyaringan Ketat: Setiap konten hiburan melewati proses seleksi dan diskusi internal yang ketat untuk mengevaluasi dampak sosial, sensitivitas topik, dan akurasi hukum. Konten yang berpotensi menimbulkan salah paham akan direvisi atau dibatalkan.
4. Peningkatan Engagement: Konten hiburan dinilai signifikan dalam meningkatkan interaksi dan engagement audiens, karena suasana yang tidak kaku dan mudah dijangkau.



Dalam strategi media sosial, komunikasi menjadi fondasi utama bagi akun Instagram @kunci_hukum. Komunikasi yang dibangun tidak hanya bersifat satu arah dalam menyampaikan informasi, tetapi juga bertujuan menciptakan keterlibatan dan kepercayaan audiens melalui interaksi dua arah. Hal ini selaras dengan indikator komunikasi dari Safko dan Brake (2009), yang menekankan pentingnya media sosial sebagai ruang percakapan yang terukur dan emosional antara pengguna dan penyedia konten. Mereka menyatakan bahwa media sosial memungkinkan perusahaan mengukur respons audiens, seperti komentar, yang dapat diterjemahkan ke dalam dampak nyata, termasuk pada aspek bisnis. Dalam praktiknya, akun @kunci_hukum menerapkan strategi komunikasi interaktif melalui fitur seperti Instagram Story. Fitur ini digunakan secara aktif untuk membangun hubungan dengan audiens, sebagaimana dijelaskan oleh Naufal bahwa interaksi paling sering dilakukan melalui story, dengan intensitas penggunaan hingga tiga kali dalam sehari. Pendekatan ini menunjukkan upaya strategis dalam membentuk komunikasi dua arah yang responsif dan berkelanjutan dengan pengikutnya.

2. Pilar Kolaborasi

Pilar kolaborasi dalam strategi media sosial Kunci Hukum mencerminkan keterlibatan aktif baik internal maupun eksternal. Sesuai dengan pandangan Safko & Brake (2009), kolaborasi di media sosial melibatkan audiens atau mitra luar sebagai bagian dari proses penciptaan dan penyebaran konten. Kunci Hukum secara rutin bekerja sama dengan praktisi hukum, firma hukum, komunitas, hingga organisasi mahasiswa seperti BEM dan ALSA LC. Rajwinder dan Naufal menyebutkan bahwa kolaborasi dilakukan 3–4 kali dalam sebulan, sementara Altiroy menegaskan pentingnya kemitraan sebagai strategi yang dijalankan konsisten oleh tim. Salah satu bentuk nyata kolaborasi adalah webinar “Menguasai Hukum Pidana dari Nol” yang menggandeng narasumber ahli dan media partner, serta lomba Kunci Hukum Championship yang bekerja sama dengan firma hukum Sandiva. Kolaborasi ini memperkuat konten, memperluas jangkauan, dan meningkatkan kredibilitas akun. Dengan menggandeng berbagai pihak, Kunci Hukum tidak hanya memperkaya edukasi hukum, tetapi juga membangun jejaring strategis yang memperkuat keberhasilan komunikasi mereka di media sosial.

3. Pilar Edukasi

Edukasi menjadi inti strategi konten Instagram @kunci_hukum. Tim content writer dan content creator menyusun topik hukum yang relevan dan menyajikannya secara informatif dalam format visual, seperti carousel dan reels. Rajwinder menjelaskan bahwa konten diunggah secara terjadwal oleh tim media sosial untuk menjangkau audiens secara optimal. Strategi ini sejalan dengan Safko & Brake (2009), yang menekankan pentingnya mengubah keahlian internal menjadi konten edukatif yang visual dan menarik. Menurut Altiroy, pemilihan topik disesuaikan dengan isu hukum yang sedang ramai, agar masyarakat dapat memahami konteks hukum secara aktual. Format carousel digunakan untuk menjelaskan materi hukum secara sistematis, sementara reels dipilih untuk menjangkau audiens dengan penjelasan yang lebih ringkas dan naratif. Konten disusun agar tetap mudah dipahami, dinamis, dan jujur, mencerminkan konsistensi Kunci Hukum dalam menghadirkan edukasi hukum yang relevan dan berdampak.

4. Pilar Hiburan

Untuk menjangkau audiens lebih luas, akun Instagram @kunci_hukum menyisipkan elemen hiburan dalam kontennya tanpa mengabaikan substansi hukum. Rajwinder menekankan bahwa hiburan disajikan secara aman dan relevan, karena isu hukum bersifat sensitif. Strategi ini terlihat dalam konten kuis, reels bertema hukum yang mengikuti tren TikTok, hingga trivia yang dikemas ringan namun tetap edukatif. Salah satu contoh populer adalah video “pov: ditanya kasus hukum pas kumpul keluarga” yang menampilkan anak kecil sebagai simbol ketidaktahuan publik terhadap hukum, disampaikan secara lucu namun bermakna. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Safko & Brake (2009) yang menilai hiburan efektif membangun keterikatan emosional dan memperkuat brand recall. Rajwinder mencatat konten hiburan mereka pernah menembus hampir 1 juta views, sementara Naufal menyebut bahwa konten hiburan justru mencetak engagement tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa hiburan yang dirancang dengan cermat mampu memperkuat penyampaian pesan hukum secara luas dan menarik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media sosial Instagram @kunci_hukum dijalankan berdasarkan pendekatan Four Pillars Social Media Strategy (Safko & Brake, 2009) yang mencakup komunikasi, edukasi, kolaborasi, dan hiburan. Keempat pilar ini diterapkan secara terpadu dan kontekstual. Komunikasi dibangun melalui interaksi dua arah menggunakan fitur seperti Instagram Story. Pilar edukasi diwujudkan lewat penyampaian informasi hukum yang sederhana, visual, dan relevan dengan isu terkini. Pilar kolaborasi dijalankan melalui kerja sama dengan berbagai institusi dan komunitas hukum, yang tercermin dalam webinar serta lomba hukum. Sementara itu, pilar hiburan dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan audiens dengan pendekatan yang ringan namun tetap edukatif. Strategi ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana edukasi hukum yang efektif, partisipatif, dan adaptif terhadap perkembangan digital.

B. Kesimpulan

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi studi selanjutnya yang mengkaji peran media sosial dalam penyebaran edukasi hukum. Keberhasilan pendekatan Four Pillars pada Instagram membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terhadap platform lain seperti TikTok atau YouTube. Peneliti berikutnya juga disarankan menelaah lebih dalam efektivitas tiap jenis konten dalam meningkatkan pemahaman dan interaksi audiens, agar strategi komunikasi hukum digital dapat terus dikembangkan secara optimal dan relevan.

REFERENSI

- Aida, N. R., & Hardiyanto, S. (2021, Juni 24). *Mengenal apa itu Instagram Reels, fitur baru yang disebut-sebut mirip TikTok*. Kompas.com. Diakses 10 Februari 2025, dari https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all#google_vignette
- Arigia, M. B., Damayanti, T., & Sani, A. (2016). Infografis sebagai media dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan publik Bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 120–133.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @Jkinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Prologia*, 2(2), 355–362. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Isla, M., & Hunowu, R. P. S. (2022). Infografis sebagai media informasi protokol kesehatan di era pandemi COVID-19 di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 15(2), 371–378. <https://doi.org/10.51903/pixel.v15i2.884>
- Mansyur, A. I., Purnamasari, R., & Kusuma, R. M. (2019). Webinar sebagai media bimbingan klasikal sekolah untuk pendidikan seksual berbasis online (meta analisis pedagogi online). *Suloh*, 4(1), 26–30.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Ratri, C. (2020). *Panduan Instagram bisnis: Membuat konten, foto, dan memanfaatkan sebagai PR bisnis*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera.
- Safitri, R., Kelmaskouw, A. L., Deing, A., Bonin, B., & Haryanto, B. A. (2022). Edukasi hukum melalui media sosial bagi generasi Z. *Jurnal Citizenship Virtues*, 2(2), 377–385. <https://doi.org/10.37640/jcv.v2i2.1517>
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. New York: John Wiley & Sons.
- Tisngati, U. (2022). Edukasi pengembangan media pembelajaran berbasis pedagogik kreatif. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Abdimas* (hlm. 150–158).