

BAB I

PENDAHULUAN

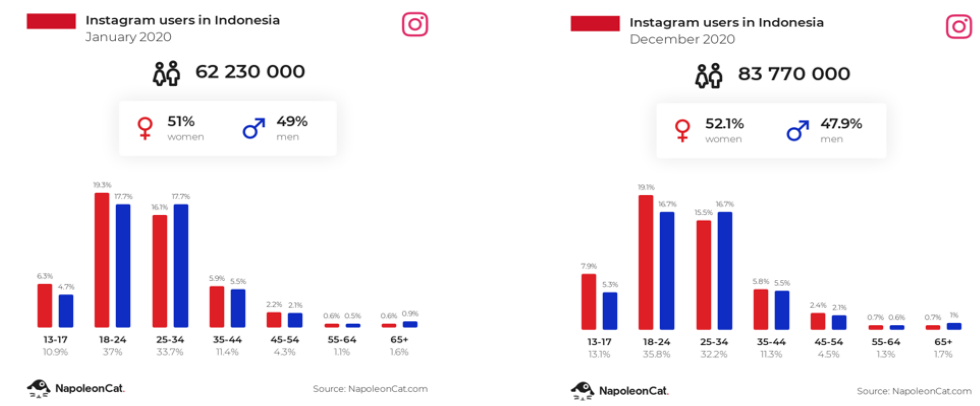
A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin bergerak sangat pesat. Banyak inovasi-inovasi terbaru yang terus dikembangkan demi mendukung kegiatan manusia yang semakin meningkat. Dapat dilihat baik secara langsung maupun tidak langsung perkembangan teknologi ini sudah menjadi kebutuhan untuk manusia baik dari segi berinteraksi, berkomunikasi, dan melakukan hal-hal lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial juga menjadi salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang semakin canggih pada saat ini. Sejak awal terbentuk, media sosial digunakan sebagai wadah bagi para penggunanya agar bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring sosial (Fitriani, 2017). Informasi yang tersebar lewat media sosial khususnya instagram berawal dari beberapa akun penyebar informasi, penyebaran informasi yang sangat *up to date* memberikan kredibilitas tersendiri untuk akun tersebut. Dengan *followers* yang cukup banyak membuat akun-akun tersebut menjadi salah satu media penyebar berita dan informasi yang dipercaya dan menjadi favorit masyarakat (Rudianto, 2020).

Sejak akhir tahun 2019 banyaknya pemberitaan pandemi *Coronavirus Disease (Covid-19)* yang tersebar diseluruh dunia membuat akun penyebar informasi di Instagram tidak mau kalah cepat dan tepat dalam mencari informasi tentang penyebaran pandemi Covid-19 yang sudah menjalar di berbagai negara termasuk Indonesia (Rudianto, 2020).

Penyebaran dan perkembangan Covid-19 pun begitu signifikan, hal ini sangat berdampak dan dirasakan oleh rata-rata negara di seluruh dunia termasuk Indonesia. Dengan begitu, pemerintah pun mengambil kebijakan untuk dapat mengantisipasi dan mengurangi jumlah penyebaran virus Covid-19 di Indonesia, yang sudah dilakukan di seluruh daerah. Seperti dengan membatasi aktifitas keluar rumah, kegiatan sekolah dirumahkan, bekerja dari rumah (*work from home*), bahkan dalam menjalankan kegiatan beribadah pun harus dirumah masing-masing. Dengan harapan dapat mengontrol penyebaran Covid-19 ini pun pemerintah mengeluarkan kebijakan demikian dan kerja sama yang dilakukan oleh masyarakat (Yunus & Rezki, 2020).

Kebijakan WFH atau biasa disebut *work from home* yang dikeluarkan pemerintah secara tidak langsung berdampak bagi beberapa pekerjaan dimasyarakat luas, yang dimana hampir seluruh kegiatan dalam bekerja digantikan dengan cara digital. Hal inilah yang membuat intensitas dalam penggunaan media sosial mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Pada saat seperti ini, media sosial merupakan sebuah alat dalam menjalankan banyak kegiatan pekerjaan berbasis digital yang dianggap paling efektif, salah satunya Instagram. Hal tersebut banyak dilakukan karena instagram menjadi salah satu *platform* berasal dari media sosial yang ramai dan cukup di gemari oleh berbagai kalangan. Pada media sosial instagram informasi yang di dapat bisa secara lengkap baik foto, audio visual, sampai berbentuk teks.



Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada Bulan Januari 2020 – Desember 2020

(Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01/>)

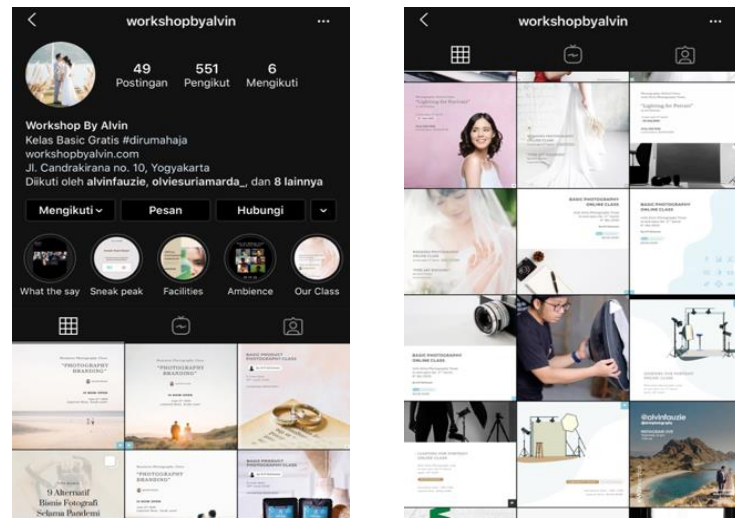
Pada bulan Januari 2020 – Desember 2020 terjadi pelonjakan pengguna instagram di Indonesia. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh sebagian kegiatan-kegiatan masyarakat yang beralih pada media sosial instagram selama adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020. Peningkatan ini memberikan kabar baik bagi para pengguna baru instagram yang ingin mencoba bisnis berbasis digital pada masa pandemi Covid-19 ini.

Pada beberapa bidang pekerjaan, perubahan sistem kerja sementara yang berbasis pada media sosial instagram akibat dampak dari Covid-19 ini harus mengalami penyesuaian yang baru. Seperti dalam dunia fotografi, dampak dari Covid-19 banyak dirasakan oleh para fotografer, bermula dari pembatalan agenda acara *wedding* dan *ceremony*, banyaknya penutupan tempat wisata yang menjadi spot foto karena kebijakan pemerintah dan pengelola tempat wisata, serta tidak terselenggarakannya agenda-agenda kegiatan seperti pelatihan fotografi secara

langsung yang di adakan oleh berbagai komunitas foto (Fathurrohman et al., 2020).

Namun di tengah keterbatasan seperti ini, beberapa fotografer sudah mulai mengembangkan ide-ide untuk dapat produktif membuat sebuah karya melalui media sosial instagram, agar tetap dapat bersaing ditengah pandemi Covid-19 ini.

Berawal dari terbatasnya jadwal foto dan aktivitas kegiatan pada *Alvin School of Photography* akibat dari kebijakan pemerintah yang mengharuskan dirumah saja, Alvin Photography tidak ingin kehilangan jejak selama pandemi Covid-19 ini. Banyaknya ketertarikan fotografer terhadap dunia fotografi komersial terutama *Wedding* dan *pre-wedding*, hal tersebut lah yang menarik tim Alvin Fauzie beserta tim untuk membuat sebuah konten edukasi seputar fotografi kepada pengikutnya melalui media sosial instagram. Demi menjaga eksistensi Alvin Photography dalam dunia fotografi komersial pada saat pandemi terutama pada daerah Yogyakarta, Alvin Fauzie dan tim membuat sebuah instagram baru yang dinamakan *@workshopbyalvin*. Tujuan dari instagram tersebut adalah untuk menarik para fotografer pemula lewat sebuah konten-konten yang diproduksi oleh Alvin Fauzie dan tim agar bisa lebih mendalami dunia fotografi dan memberikan cara bagaimana tetap bisa bertahan dalam persaingan dunia fotografi dengan kondisi pandemi Covid-19.



Gambar 1.2 isi konten dari Instagram @workshopbyalvin

(Sumber : <https://www.instagram.com/workshopbyalvin/?hl=id>)

Terus meningkatnya persaingan dalam dunia fotografi pada masa pandemi Covid-19, menuntut akun instagram @workshopbyalvin harus lebih ketat dalam memproduksi konten-konten instagram. Dalam memproduksi sebuah konten memerlukan sebuah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan seperti yang dikemukakan oleh George R. Terry dalam teori manajemen melalui buku *Principles of Management* (Sukarna, 2011). Pengelolaan atau manajemen konten yang terstruktur membuat ketertarikan tersendiri terhadap akun instagram @workshopbyalvin. Dengan memanfaatkan kondisi seperti ini dan membuka peluang untuk para fotografer dengan cara memproduksi beberapa konsep konten instagram, seperti *workshop* seputar fotografi berbasis online yang dilakukan secara konsisten oleh akun instagram @workshopbyalvin ini. Selain itu dengan melihat terbatasnya ruang untuk memotret pada saat ini, akun instagram @workshopbyalvin juga memproduksi

sebuah konten yang memiliki perbedaan tersendiri dengan cara menciptakan *virtual photography* atau memotret secara maya lewat media sosial.

Dana Rizki Dwi Prastiwi (2020) menyebutkan bahwa pada penelitian ini lebih menunjukkan bagaimana strategi dalam mengemas sebuah konten media sosial instagram, seperti dalam menentukan topik berita untuk dijadikan sebuah konten. Selain itu kekurangan pada penelitian tersebut hanya menjadikan instagram sebagai media promosi yang dimana media online memiliki peran untuk menjadikan dirinya sebagai sumber informasi. (Prastiwi & Suratno, 2020). Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, yang dimana penelitian ini lebih menjelaskan bagaimana dalam mengelola konten dan tahap produksi konten instagram @workshopbyalvin mulai perencanaan hingga akhir pengawasan selama masa pandemi covid-19. Serta konten tersebut lebih mementingkan edukasi seputar fotografi yang dilakukan selama masa pandemi Covid-19.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Muria Endah S dan Fajar Junaedi (2019) lebih menjelaskan bagaimana tahap produksi serta pemetaan konten pada media digital seperti tahap kurasi naskah berita dan kreativitas pada konten dalam media digital Mojok.co. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis perbedaan didapatkan pada pengelolaan produksi konten media sosial instagram @workshopbyalvin yang dilakukan pada masa pandemi Covid-19 sekaligus dengan tujuan untuk mengedukasi para fotografer yang secara tidak langsung terkena dampak dari Covid-19 tersebut (Sokowati & Junaedi, 2019).

Oleh karena itu, peneliti tertarik dan memilih akun instagram @workshopbyalvin sebagai objek penelitian. Ketertarikan peneliti terhadap

instagram @workshopbyalvin tersebut salah satunya karena belum ada vendor foto yang memanfaatkan kondisi pandemi Covid-19 seperti ini dengan memproduksi sebuah konten yang berbeda melalui media sosial instagram, terutama di Yogyakarta. Dengan penjelasan seputar akun instagram @workshopbyalvin dalam masa pandemi Covid-19 di atas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana latar belakang manajemen produksi konten yang dilakukan oleh tim Alvin Photography melalui instagramnya @workshopbyalvin.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

“Bagaimanakah Manajemen produksi konten instagram @workshopbyalvin di masa pandemi Covid-19 ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui manajemen produksi konten instagram @workshopbyalvin di masa pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secera Teoritis hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi pengetahuan baru khususnya dalam bidang manajemen produksi konten

instagram, dan pada masa pandemi Covid-19, serta dapat menerapkan teori komunikasi yang berkaitan dengan manajemen produksi konten instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi mahasiswa, terkhusus mahasiswa Ilmu Komunikasi, untuk dapat mengetahui dan mengerti apa yang diterapkan oleh suatu tim dalam memproduksi sebuah konten Instagram, terutama dalam kondisi tertentu.
- b. Pada hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pengguna media sosial untuk bisa mengetahui secara mendalam bagaimana manajemen yang dilakukan oleh tim kerja @workshopbyalvin dalam memproduksi sebuah konten pada saat pandemi Covid-19, mulai dari pra produksi sampai post produksi.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Manajemen

Manajemen yaitu sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota dan pengguna sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 2003).

Manajemen menurut Ricky W. Griffin merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya dalam mencapai suatu sasaran (*goals*) baik secara efektif dan efisien. Dalam hal ini efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai

dengan perencanaan, sementara itu efisien merupakan tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal (Sulastri, 2014).

Stoner & Gilbert mendefinisikan manajemen merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi usaha dari anggota dan sumber-sumber organisasi lainnya dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Usman, 2015).

Menurut Assauri, manajemen merupakan kegiatan atau usaha dalam mengkoordinasikan suatu kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam hal ini terdapat 3 unsur penting, yaitu adanya orang yang lebih daripada satu, adanya tujuan yang ingin dicapai, dan orang yang bertanggung jawab akan tercapainya tujuan tersebut (Assauri, 2008).

Dalam membentuk suatu manajemen yang baik agar dapat berjalan sesuai dengan perencanaan, terkadang membutuhkan beberapa unsur, hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Henry N Botinger, bahwa manajemen sebagai suatu seni membutuhkan 3 unsur, yaitu : pandangan, pengetahuan teknis, dan komunikasi. Pada tahap ini dapat diketahui bahwa suatu manajemen bisa dipelajari dan dipraktikan oleh semua orang dengan perubahan suatu situasi dan kondisi yang menuntut manajemen tersebut terus berkembang (Sulastri, 2014).

Manajemen juga termasuk dalam sebuah proses komunikasi, yang mana dapat terciptakanya komunikasi dua arah antar komunikan dan juga

dapat menciptakan pertukaran informasi yang seimbang baik melalui media sosial ataupun melakukan komunikasi secara langsung. Maka dari itu George R. Terry menyebutkan dalam prinsip - prinsip manajemen terdapat 4 fungsi yang diperlukan seperti perencanaan (*Planning*), organisasi (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*) (Abd. Rohman, 2017).

Ada pun fungsi dari manajemen yaitu :

a. Fungsi Perencanaan (*planning*)

Fungsi pertama dalam sebuah organisasi merupakan perencanaan. Pada tahap inilah pondasi dasar diletakan dalam kegiatan manajemen. Hal ini juga berlaku pada organisasi media. Perencanaan yang berbeda dalam sebuah media tentu juga berbeda sesuai dengan karakteristik yang dimiliki masing-masing media tersebut. Perencanaan apa yang harus dilakukan di masa mendatang juga menyangkut dalam manajemen media, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, siapa yang harus melakukan hal tersebut, dan kapan hal tersebut harus dilakukan di masa mendatang (Junaedi, 2014). Menurut Kenneth D. Moore (dalam Majid, 2005), membagi sebuah perencanaan menjadi rencana mingguan bahkan harian juga penting. Rencana mingguan untuk menjadi sebuah konten yang dapat disiapkan oleh tim media dan disimpan sehingga jika tiba-tiba terdapat halangan juga perlu, dan dari itu ada konten lain yang dapat disebar. Perencanaan

merupakan kegiatan dalam menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai sebuah tujuan. Pada fungsi ini dapat mengidentifikasikan bahwa dalam pengelolaan perlu ada perencanaan yang tepat untuk mencapai target yang ditentukan (Terry, 2014).

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian dalam kegiatan manajemen dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusun struktur organisasi dan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Perlu diingat bahwa berbagai pekerjaan yang ada didalam media perlu diatur melalui struktur pembagian kerja (Junaedi, 2014).

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Dalam fungsi pelaksanaan ini menyangkut bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya terhadap individu-individu dalam sebuah organisasi untuk melakukan kewajiban masing-masing sesuai dengan pekerjaannya (Junaedi, 2014). Tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai juga merupakan dari fungsi pelaksanaan (*actuating*) (Terry, 2014). Dari definisi fungsi pelaksanaan (*actuating*) diatas dapat disimpulkan bahwa suatu penggerakan itu sangat diperlukan menggerakkan semua anggota

kelompok untuk bekerja agar dapat mencapai sebuah tujuan. Maka dari itulah proses manajemen baru bisa terlaksana setelah fungsi pelaksanaan ditetapkan (Awaluddin & Hendra, 2018).

d. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi pengawasan diterapkan untuk mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang sudah berlangsung dalam organisasi. Maka dari itulah perlu adanya standar indikator penilaian untuk menilai apakah fungsi-fungsi manajemen dalam berbagai pekerjaan sudah berjalan dengan baik. Fungsi pengawasan pada hakikatnya dapat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, bukan hanya pada akhir proses manajemen saja (Junaedi, 2014). Pengevaluasian dalam fungsi pengawasan juga bertujuan untuk menjaga agar seluruh kegiatan pada sebuah organisasi tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai. Menurut Siagian (dalam Awaluddin & Hendra, 2018) juga menyebutkan bahwa sebuah proses pengamatan dari pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi dalam menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya termasuk juga merupakan fungsi dari pengawasan.

2. Media Sosial

Pada zaman yang sudah tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi, peluang untuk mengembangkan inovasi baru semakin terbuka dengan lebar di dunia digital seperti ini. Menurut Tom Funk (dalam Mulyana et al., 2019) menyebutkan bahwa media sosial bertujuan memberikan kemampuan pada individu untuk bisa menetapkan profit pribadi, terhubung dengan pengguna lainnya, serta menerbitkan maupun membuat, dan merespon *content*. Media sosial juga menjadi sarana komunitas online yang dimana orang-orang dapat terhubung dalam suatu komunitas tertentu.

Soeparno dan Sandra (dalam Mulawarman & Nurfitri, 2017) Juga menyebutkan bahwa media sosial merupakan suatu revolusi besar yang bias mengubah perilaku manusia pada saat ini, yang dimana hubungan pertemanan dapat dilakukan melalui medium digital dan menggunakan media baru (internet) yang dijalankan melalui situs-situs jejaring sosial.

Menurut Boyd (dalam Rulli Nasrullah, 2015) mengatakan bahwa media sosial merupakan suatu kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu serta komunitas-komunitas untuk saling berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Mempermudah dalam berinteraksi serta dapat meminimalisir ongkos menjadi lebih murah juga akibat dari merebaknya situs media sosial yang bermunculan sehingga dapat menguntungkan banyak orang

dari berbagai belahan dunia. Media sosial juga menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor, dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status), dan kelompok (*group*) (Mulyati, 2014). Mandibergh (dalam Sari & Lubis, 2017) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan sebuah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Serta Meike dan Young (dalam Sari & Lubis, 2017) mengartikan kata dari media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan dapat berbagi kepada siapa saja tanpa adanya batas individu melalui *media public*. Dapat diketahui media sosial juga merupakan medium yang terdapat di internet sehingga bisa membuat penggunanya mepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan dapat membentuk ikatan sosial secara *virtual* (Sari & Lubis, 2017).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (dalam Mahmudah & Rahayu, 2020) media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk saling berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video satu sama lain dan sebaliknya. Melalui media sosial dapat memungkinkan mengubah cara berkomunikasi dengan berbisnis, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan dapat membangun hubungan yang baik satu sama lain.

Media sosial merupakan sebuah media online yang dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk saling berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Putri et al., 2016).

Lon Safko dan David Brake menyebutkan bahwa terdapat empat pilar dalam sosial media antara lain :

- a. Komunikasi (*Communication*), dalam perusahaan komunikasi dapat menjadikan awal dari sebuah pembentukan konten yang dipakai untuk berkomunikasi kepada para *audiens*-nya. Konten-konten tersebut terbentuk karena adanya interaksi, pertukaran pesan, pikiran, dan pendapat kepada pihak lain. Pada prinsipnya dalam bermedia sosial perusahaan dapat membangun percakapan kepada *audiens*, sehingga *audiens* dapat secara menanggapi atau memberi tanggapan secara langsung terhadap konten tersebut (Safko & Brake, 2009).
- b. Kolaborasi (*Colaboration*), pada tahap ini biasanya kolaborasi berfungsi karena adanya gabungan dari beberapa media sosial seperti *chat room* atau ruang diskusi. Dalam tahap kolaborasi, perusahaan bisa mengumpulkan banyak audiens sehingga menjadi manfaat tersendiri bagi perusahaan tersebut (Safko & Brake, 2009).
- c. Edukasi (*Education*), media sosial juga bisa menjadi sebuah alat untuk sarana edukasi kepada para *audiens*. Dengan adanya sarana untuk edukasi melalui fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial

membuat perusahaan bisa lebih bermakna (*meaningful*) (Safko & Brake, 2009).

- d. Hiburan (*Entertainment*), konten-konten yang bersifat menghibur menjadi daya tarik tersendiri bagi para audiens. Konten hiburan yang disediakan oleh perusahaan dapat menjadi sebuah kesempatan untuk dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan para *audiens*-nya (Safko & Brake, 2009).

3. Produksi Konten Media Sosial

Pada lingkup produksi konten sebuah media sosial, Regina Luttrell menyebutkan terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola konten media sosial. Berbagai aspek yang terdapat dalam model tersebut memiliki kekuatan tersendiri pada bagianya masing-masing seperti, *Share* (menyebarkan), *Optimize* (optimisasi), *Manage* (mengatur), *Engage* (melibatkan).

Berikut merupakan penjelasan Regina Luttrell dalam mengelola konten media sosial :

- a. *Share* (menyebarkan) : Media sosial termasuk salah satu jaringan sosial yang membantu orang terhubung dengan orang lain yang memiliki minat, ketertarikan, dan kepercayaan yang sama. Penting bagi praktisi media sosial untuk memahami bagaimana dan dimana konsumen mereka berinteraksi. Cara ini merupakan kesempatan untuk menghubungkan, membangun kepercayaan, dan

mengidentifikasi saluran yang memungkinkan interaksi yang tepat (Regina Luttrell, 2015).

- b. *Optimize* (optimasi) : Dalam mengoptimalkan pesan pada tahap optimasi, sebuah organisasi harus dapat mendengarkan dan belajar. Sebuah perencanaan komunikasi yang dioptimalkan dengan baik dapat menghasilkan dampak yang maksimum. Maka dari itu pada tahap optimasi perlu mencari tau permasalahan yang harus ditangani, sehingga dapat mengetahui konten apa yang layak dibagikan dan dapat menjadi perbincangan pengguna media sosial dan menimbulkan *feedback* (Regina Luttrell, 2015).
- c. *Manage* (mengatur) : Pada tahap ini yakni bagaimana organisasi dalam mengatur media sosial dengan baik. Seperti dalam mengelola media sosial, banyak konsumen yang mengharapkan tanggapan dan jawaban yang tepat serta cepat, maka dari itu dalam mengatur media sosial dengan yang baik akan membantu untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Regina Luttrell, 2015).
- d. *Engage* (melibatkan) : Dalam pengelolaan media sosial, juga melibatkan audience dan influencers yang merupakan komponen sangat penting dalam strategi pengelolaan media sosial. Dalam tahap ini, terlibat dalam percakapan dengan konsumen juga merupakan hal utama dalam konten media sosial. Maka dari itu mengetahui bagaimana dan siapa yang ingin dilibatkan menjadi sasaran utama (Regina Luttrell, 2015).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan studi kasus. Pada jenis dan metode penelitian ini, peneliti akan menjelaskan bagaimana manajemen produksi konten instagram @workshopbyalvin dimasa pandemi covid-19.

Seperti yang disampaikan oleh K Yin (dalam Sunarto et al., 2011), penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian yang bersifat menginvestigasikan sebuah peristiwa nyata yang terjadi dalam kehidupan, antar peristiwa, dan konteks yang tidak dapat dipisahkan. Dalam menggunakan metode ini juga ditemukan suatu hubungan pemikiran yang mengacu pada kesimpulan mulai dari mengapa sebuah keputusan dapat diambil, bagaimana proses tersebut, sampai bagaimana hasilnya.

Sebuah analisis mendalam yang diberikan oleh penelitian studi kasus atas suatu topik yaitu dengan menggunakan berbagai macam jenis sumber, bisa melalui wawancara, observasi, maupun data yang didapatkan dari sebuah dokumen. Selain itu, penelitian ini juga termasuk salah satu penelitian yang menggunakan tipe studi kasus dengan cara mengajukan pertanyaan “*how*” dan “*why*” (Sunarto et al., 2011). Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti termasuk dari penelitian studi kasus tunggal, yang dimana peneliti berusaha untuk menganalisis bagaimana manajemen produksi konten dari Instagram

@workshopbyalvin yang dilakukan oleh Tim Alvin Photography selama masa pandemi Covid-19.

2. Informan Penelitian

Pada dasarnya informan merupakan suatu individu yang berfungsi untuk memperoleh informasi mengenai sebuah peristiwa atau kondisi dari latar suatu penelitian (Moleong, 2014). Pada penelitian ini peneliti memilih manajemen produksi konten pada instagram @workshopbyalvin yang diproduksi oleh tim Alvin Photography selama masa pandemi Covid-19. Maka dari itu, fokus utama peneliti pada penelitian ini yang akan dijadikan informan penelitian sebagai berikut :

a. *Founder & CEO Alvin Photography*

Alvin Fauzie, merupakan *leader* dari proyek produksi konten @workshopbyalvin selama pandemi covid-19 mulai dari pra sampai post produksi, sekaligus pengisi materi workshop pada akun instagram @workshopbyalvin.

b. *Manajer Alvin Photograby*

Sinta Asriana, yang memiliki tugas untuk mengatur jalanya proyek @workshopbyalvin, baik dari tahap perencanaan sampai tahap akhir evaluasi.

c. *Editor Konten @workshopbyalvin*

Wahyu Gita Pratomo, memiliki tugas sebagai editor pada setiap konten @workshopbyalvin, dan bertanggung jawab atas isi

konten yang diproduksi agar tidak melewati batas publish melalui instagram.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi yaitu salah satu kegiatan yang menyertakan seluruh kekuatan indera seperti pendengaran, penglihatan, perasa, sentuhan, dan cita rasa berdasarkan fakta-fakta peristiwa empiris. Menurut Morris (dalam Hasanah, 2017) mendefinisikan observasi sebagai sebuah aktivitas yang mencatat suatu gejala melalui bantuan instrumen-instrumen dengan tujuan ilmiah ataupun tujuan lainnya, serta kumpulan kesan-kesan dunia sekitar melalui kemampuan daya tangkap pancaindera manusia.

b. Wawancara Mendalam

Teknik wawancara juga termasuk salah satu cara dalam pengumpulan data yang paling sering digunakan pada sebuah penelitian. Wawancara (*Interview*) merupakan cara untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan, dan sebagainya yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian (Rosaliza, 2015). Secara garis besar wawancara terbagi menjadi tiga konsep, wawancara tidak berstruktur, yang mana jenis wawancara ini bersifat fleksibel dan

peneliti dapat mengikuti minat dan pemikiran partisipan, wawancara seperti ini bisa dilakukan bila peneliti mewawancarai partisipan lebih dari satu kali dan bisa mendapatkan data yang kaya. Wawancara semi berstruktur, merupakan sebuah wawancara yang dimulai dari isu yang mencakup dalam pedoman wawancara, yang dimana berfokus pada subjek area tertentu yang diteliti. Wawancara terstruktur merupakan suatu wawancara yang sudah direncanakan sebelumnya, wawancara seperti ini membuat data yang diperoleh tidak sebanyak konsep wawancara sebelumnya. Selain itu wawancara ini mengarahkan respon partisipan dan maka dari itu wawancara terstruktur ini tidak tepat digunakan pada penekatan kualitatif (Rachmawati, 2007).

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang mana digunakan untuk menelusuri data historis atau yang memiliki sejarah. Cara pengumpulan data dari metode dokumen ini melalui peninggalan arsip-arsip, bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat yang berhubungan secara langsung terhadap masalah penelitian. Selain itu dokumen tentang orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial juga berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf, 2014). Menggunakan dokumen yang sudah lampau juga guna mencari sumber data karena banyak

hal dokumen yang digunakan untuk menguji dan menafsirkan (Moleong, 2014).

4. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (dalam Rijali, 2019) menyebutkan bahwa pengertian analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti.

Proses analisis data tersebut dapat dimulai ketika peneliti sudah menganalisa berbagai data yang dikumpulkan selama dilapangan, data yang dikumpulkan meliputi dari observasi, wawancara mendalam, dokumen-dokumen, ataupun materi audio visual lainnya (Kriyantono, 2014).

Pada tahap analisis data peneliti memilih menggabungkan dari data-data yang didapatkan dilapangan, seperti data hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan penelitian terdahulu yang dipernah dilakukan dengan tujuan demi mendukung penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Demikian proses-proses analisis data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan serta transformasi data kasar yang terlihat dari catatan tertulis selama dilapangan. Proses reduksi data ini akan terus berlangsung selama proses

penelitian berlangsung. Pada umumnya reduksi data meliputi meringkas data, mengkode, menuliskan tema, dan membuat gugus-gugus (Rijali, 2019).

Pada penelitian ini reduksi data dikumpulkan dari proses pemilihan data asli yang didapatkan dari tim produksi konten @workshopbyalvin melalui proses observasi, wawancara, dan dokumen-dokumen arsip yang sudah kurasi, sehingga data-data yang sekiranya kurang mendukung dapat dihapuskan, maka dari itu hasil kesimpulan yang didapatkan pun jauh lebih baik.

b. Sajian Data

Sajian data merupakan sebuah kumpulan-kumpulan informasi yang sudah disusun, sehingga memudahkan dalam melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada penelitian ini, sajian data mencakup data-data yang diperoleh dari tim produksi konten @workshopbyalvin dan sudah melalui proses pemilihan data, sehingga data tersebut dapat disajikan dan diteliti serta dihubungkan dengan teori-teori yang sudah ditentukan.

c. Kesimpulan

Seperti yang diketahui bahwa pada tahap kesimpulan merupakan tahap akhir dari sebuah permasalahan yang diteliti. Pada tahap ini peneliti akan berusaha mencari dan mengungkapkan data sesuai dengan teori yang ada. Maka dari itu penelitian dapat disimpulkan dan dilihat mengenai kelebihan dan kekurangannya,

ataupun bisa didapatkan penemuan terbaru dari kasus yang ada pada penelitian tersebut.

5. Validitas Data

Pada penelitian kualitatif, peneliti harus berusaha untuk mendapatkan data-data yang valid, maka dari itu untuk mendapatkan data peneliti butuh mengandalkan validitas data dengan tujuan agar data yang diperoleh tidak *invalid* (cacat). Dalam melakukan validasi data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data merupakan suatu pendekatan analisa data yang dapat menyatukan data dari berbagai sumber (Bachri, 2010).

Teknik triangulasi data pada dasarnya merupakan pendekatan multimetode yang diteliti oleh peneliti pada saat mengumpulkan dan mengkaji data yang ada (Hadi, 2017). Teknik triangulasi data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan memberikan ulang keseluruhan dari kebenaran data yang didapatkan dengan membandingkan data dari hasil wawancara yang didapatkan melalui partisipan, dengan tujuan untuk melihat kebenaran dari hasil sebenarnya.

6. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun alur pemikiran secara tertata dan sistematis, maka dari itu pada penyusunan skripsi ini disusun dalam beberapa kerangka yang terdiri dari 4 bab, penulisan sistematika dapat dilihat sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab II ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian instagram @workshopbyalvin. Dalam bab ini akan membahas tentang sejarah berdirinya Alvin Photography, visi dan misi Alvin Photography serta tim produksi konten media dari Alvin Photography, dan juga gambaran tentang media sosial Instagram @workshopbyalvin.

BAB III : SAJIAN DATA dan ANALISIS

Dalam bab III ini berisi seluruh data-data peneliti yang diperoleh selama menjalankan penelitian. Data-data tersebut seperti bagaimana manajemen produksi kontennya instagram @workshopbyalvin selama menjadi pandemi covid-19, dan data tersebut disambungkan dengan teori-teori terkait.

BAB IV : KESIMPULAN dan SARAN

Pada bab ini merupakan bab yang paling akhir atau penutup, dalam bab ini dengan tujuan memberi kesimpulan serta saran terhadap objek penelitian jika terdapat kekurangan, serta diikuti daftar pustaka dan lampiran pada halaman berikutnya.