

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan negara-negara lain di seluruh dunia pada awal tahun 2020 memberikan dampak pada kehidupan masyarakat hampir di segala bidang, termasuk kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan kehidupan sosial (Ihsanuddin, 2020). Pemerintah pun telah melakukan banyak kebijakan untuk mengatasi penyebaran Covid-19 seperti memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa wilayah. Selain itu, pemerintah menganjurkan kepada masyarakat untuk dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru, seperti bekerja, belajar dan beribadah dari rumah dengan media *online* melalui internet (Covid-19, 2020).

Internet merupakan proses komunikasi tergolong sebagai *new media* yang berbeda dengan media yang lain. Adanya internet menjadi sesuatu yang tidak mungkin dapat dihindari oleh masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi pun ikut mempengaruhi aktivitas di media-media lama yang kemudian beralih ke media baru dengan seiring berjalannya waktu. Hal ini pula yang ikut mampu mengubah pola interaksi, aktivitas, dan alur kerja dalam media saat ini. Dalam perjalanannya, teknologi telah memfasilitasi kehidupan sehari-hari yang kemudian memudahkan masyarakat dalam mengakses segala informasi.

Munculnya internet ini juga mengakibatkan pergeseran kebutuhan masyarakat yang semakin cepat dan instan akan informasi, hal tersebut juga memunculkan tantangan baru bagi seluruh instansi baik swasta maupun pemerintahan yang harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup baru masyarakat yang semakin banyak mengandalkan internet untuk mencari informasi, hal ini dapat dilihat dari prosentase pengguna internet yang semakin meningkat, tahun ini sebesar 73.7% dari total populasi penduduk Indonesia atau sekitar 202.6 juta jiwa, adapun presentase sebagai berikut (sumber : www.wearesocial.com)



Gambar 1. 1 Persentase Data Pengguna Internet Di Indoensia
sumber : wearesocial.com

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan internet berkembang sangat cepat. Melalui perkembangan internet ini juga dapat diiringi dengan perkembangan media baru yang juga semakin meningkat salah satunya pergeseran penggunaan media konvensional ke media *online* yang saat ini menjadi bagian penting dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi dan proses interaksi antar masyarakat. Dimulai dari munculnya media cetak, media

penyiaran hingga media elektronik, dimana ketiganya merupakan bagian dari perkembangan media komunikasi massa dibantu dengan media *online*.

Media *online* merupakan salah satu media yang sekarang menjadi sebuah alat dan sarana untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Segmen informasi dalam internet dibagi dalam beberapa jenis, dapat dilihat pada keberadaan media *online* saat ini yaitu salah satu sosial media yang berkembang pesat. Media sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya. Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (Van Dijk, 2013).

Media sosial juga menjadi tempat untuk pencarian informasi di era pandemi seperti sekarang ini. Bencana yang melanda Indonesia yaitu *Coronavirus Disease 2019* atau Covid-19 dengan adanya hal ini pemerintah Indonesia memberikan kebijakan namun lambannya respon pemerintah dan kurangnya transparansi data penyebaran Covid-19 (Djalante et al., 2020). Pandemi yang belum juga berakhir ini juga mengubah banyak hal, termasuk pengelolaan konten media sosial yang dikelola oleh Pemerintah. Pemerintah harus beradaptasi dengan perubahan konten-konten dan informasi yang sama dengan apa yang terjadi di lapangan.

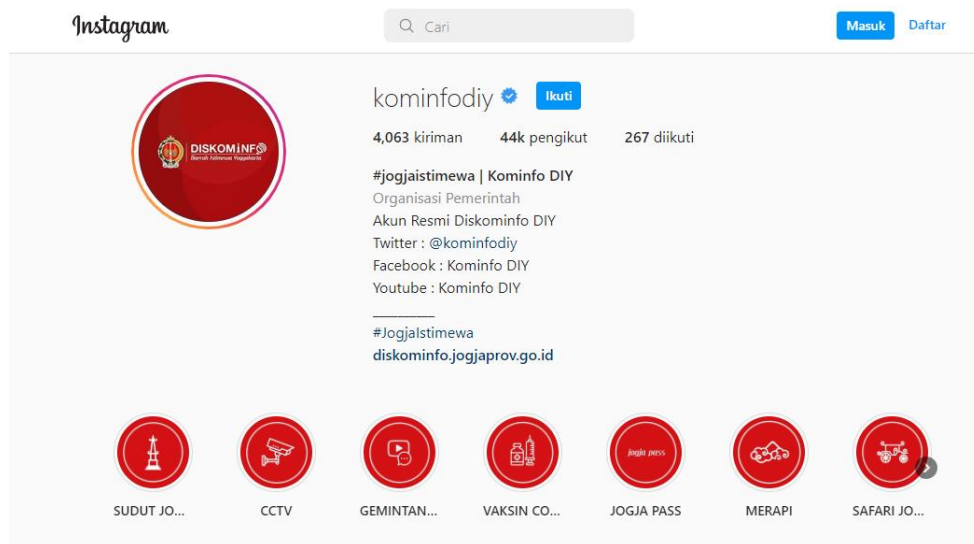
Pengelolaan media sosial terutama saat pandemi ini juga merupakan hal yang sangat penting agar masyarakat dapat terhindar dari ketidakjelasan

informasi maupun *hoaks* yang dapat menyesatkan masyarakat, terutama bagi instansi pemerintah, seperti pada Provinsi DIY dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika harus cepat dan tepat sehingga masyarakat dapat terbantu dengan informasi yang tersedia. Kominfo DIY menyebarkan informasi melalui media sosial salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi informasi dalam bentuk foto, video singkat dan juga *caption* yang juga banyak digunakan oleh penduduk Indonesia yaitu berjumlah 63 juta jiwa (sumber ; www.wearesocial.com diakses pada 4 Juli 2021 pukul 20.45). Instagram juga telah dimanfaatkan oleh pemerintah untuk melakukan kampanye sosial dalam rangka pencegahan Covid-19. Konten Instagram dirancang dengan baik, sehingga mampu menarik pengguna untuk mengakses konten (Situmeang, 2020).

Diketahui bahwa akun Instagram @kominfodiy di masa pandemi secara otomatis muncul pada fitur pencarian di Instagram khususnya pada daerah DIY. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pemerintahan secara khusus menyediakan media komunikasi. Tujuannya, agar masyarakat Indonesia khususnya pada DIY dapat mengakses dan mengetahui update informasi terkait Covid-19 dari akun resmi dengan logo centang biru (*verified account*). Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai pengelola akun Instagram @kominfodiy, menjadi pusat informasi selama masa pandemi pada daerah DIY. Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai aparatur pemerintah yang berperan dalam bidang

komunikasi dan informasi, berupaya menyediakan informasi terkini serta edukatif bagi masyarakat di tengah pandemi yang terjadi.

Adapun profil akun Instagram dari @kominfodiy sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Platfrom Instagram kominfodiy
Sumber : Instagram

Di masa pandemi, berbagai bentuk komunikasi kesehatan dibangun sebagai upaya untuk mencegah penyebaran virus pada akun Instagram @kominfodiy ini memberikan informasi kesehatan dan protokol menghadapi pandemi Covid-19. Dengan adanya akun @kominfodiy, pengguna ikut serta dalam gerakan sosial dalam membangun kesadaran dan advokasi penggunaan internet sebagai sumber berita sebagai kontrol informasi (Kencana, 2020). Media komunikasi dengan platform internet menjadi media informasi yang paling mudah diakses di masa pandemi ini, termasuk Instagram yang dimanfaatkan oleh @kominfodiy. Pada tampilan Instagram @kominfodiy ini, terdapat juga website Covid-19 agar memudahkan akses informasi.

Merujuk pada penelitian mengenai manajemen media online yang dilakukan oleh beberapa instansi di Indonesia memiliki sejumlah tantangan dan kendala dalam menerapkan manajemen redaksional. Penelitian pertama yang relevan dengan penelitian ini berjudul “Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com dalam Menentukan Berita yang Layak”, yang dimuat pada JOM FISIP, Volume 3, Nomor 2, Oktober 2016, yang disusun oleh Cendekia Dwi Fitria. Artikel dalam jurnal ini berfokus pada manajemen redaksional dalam pemilihan berita yang layak untuk diunggah di Tribunpekanbaru.com, yaitu yang pertama keakuratan berita, ketidakberpihakan pada salah satu pihak (netral), objektivitas berita bahwa berita yang diunggah benar-benar berdasarkan kenyataan dan tidak direayasa, berita harus jelas sehingga mudah dicerna oleh pembaca, dan yang terakhir berita yang akan diunggah harus memiliki nilai bagi pembacanya.

Kemudian penelitian selanjutnya berjudul Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Volume 3, Nomor 1 tahun 2018 yang menjelaskan mengenai pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam upaya pemenuhan informasi bagi publik.

Penelitian selanjutnya yang berjudul Manajemen Redaksional Portal Berita Online dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Promosi oleh Moh. Syamsyudin Arifin yang dimuat pada Jurnal Budi Luhur Vol 9, No 2 (2018), menunjukkan bagaimana efektifitas pengelolaan media sosial pada

portal berita *online* Inilah.com dalam mempromosikan konten mereka kepada pembaca, dalam hal ini kolaborasi dari divisi *newsroom* atau pembuat isi konten dapat berkolaborasi dengan baik dengan divisi teknologi informasi yang mengurus promosi Inilah.com yang menghasilkan keefektifitasan operasional perusahaan karena dapat beradaptasi bersama dengan kondisi di lapangan.

Sementara itu penelitian ini berfokus pada bagaimana instansi Dinas Komunikasi dan Informatika DIY dalam melakukan adaptasi dan penerapan manajemen media digital melalui kanal media sosial Instagram di era pandemi yang merupakan hal baru pada penelitian terkait dengan manajemen media digital dan juga keunikan pada obyek penelitian yang merupakan instansi pemerintah. Terdapat *official* akun serupa dengan @kominfodiy yaitu @humasjogja, kedua *official* akun ini sama-sama memberikan informasi dan konten yang bermanfaat. Kedua akun ini juga turut memberikan informasi seputar perkembangan Covid-19 dengan ilustrasi dan desain grafis yang menarik. Akun @humasjogja ini lebih berfokus pada informasi seputar pemerintahan, sedangkan @kominfodiy memberikan konten yang lebih fleksibel dan bermanfaat. Oleh karena itu peneliti menjadikan *official* akun @kominfodiy sebagai objek penelitian.

Penelitian ini layak dan penting untuk diteliti karena pandemi covid telah merubah pola kehidupan khususnya dalam pembuatan konten dan *trend* terkini. Akses terhadap informasi termasuk pemerintahan semakin berkembang seiring dengan kondisi pandemi Covid-19 yang masih belum usai. Fungsi media sosial yang awalnya hanya sebatas sarana komunikasi antar personal atau hiburan,

saat ini semakin berkembang pada fungsi sarana informasi yang efektif tanpa terkecuali bidang pemerintahan. Hal ini bisa ditinjau dari kemudahan akses fasilitas pemerintah atau transparansi pemerintah oleh publik. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti, mengetahui, dan mengkaji lebih dalam bagaimana manajemen media digital Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, karena instansi ini sangat erat hubungannya penyebaran informasi yang terpercaya bagi masyarakat Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini rumusan masalah yang digunakan adalah “Bagaimana Manajemen Media Digital pada Akun Instagram di Official Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta di Era Pandemi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang berjudul Manajemen Media Digital Pada Akun Instagram Official Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta di Era Pandemi untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menarik kesimpulan mengenai penerapan manajemen media digital pada akun instagram @kominfodiy di era pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, manfaat yang diberikan terbagi menjadi dua hal, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah bahan kajian mengenai teori tentang manajemen media pada akun Instagram dan penerapan

metodologi yang tepat dalam penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai bahan penelitian rujukan untuk penelitian yang akan dilakukan mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi pihak Media Digital akun Instagram di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menghadapi dan mengantisipasi tantangan di masa depan untuk mengelola manajemen media digital di era pandemi. Manfaat lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi industri media penyiaran lainnya dalam menerapkan manajemen media digital, terkhusus dalam penggunaan media sosial agar dapat bertahan di era pandemi ini.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Manajemen Media pada Media Digital

Pada sebuah organisasi diperlukan suatu manajemen agar berjalan dengan efisien dan efektifitas (Junaedi, 2014). Dalam beragam organisasi termasuk dalam organisasi media, fungsi manajemen selalu melekat dalam proses kehidupan organisasi. Menurut Prasetyo (2020) menyatakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian beberapa kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya. Manajemen juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang terdiri dari

perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan seluruh sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Manajemen media yang dijalankan oleh media *online* tentu memiliki karakteristik berbeda dengan media konvensional, seperti media yang berbasis cetak. Kehadiran internet dan kemajuan teknologi membuat orang bisa mengakses informasi di mana saja secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan dengan teknologi *mobile*.

Fungsi manajemen dapat dilihat melalui empat fungsi yaitu:

a. Fungsi perencanaan (*planning*)

Menurut Junaedi (2014) perencanaan merupakan fungsi pertama dalam organisasi. Perencanaan dalam manajemen media adalah visi misi ke depannya. Organisasi menetapkan visi dan misi dari organisasi. Perspektif yang berorientasi ke masa mendatang dalam fungsi perencanaan berhubungan dengan visi misi organisasi karena fungsi perencanaan yang selalu berkaitan dengan tujuan organisasi.

b. Fungsi pengorganisasian (*organizing*)

Secara sederhana pengorganisasian dapat diartikan sebagai aktivitas yang sengaja dilakukan untuk menyusun struktur dalam organisasi dan menetapkan masing-masing tugas yang ada agar nantinya seluruh karyawan dalam organisasi dapat mengerjakan tugasnya berdasarkan bidang yang digeluti sehingga dapat saling mempengaruhi dan memberikan dampak yang baik bagi organisasi

(Prasetyo, 2020). Pada dasarnya tujuan dibentuknya pengorganisasian oleh perusahaan adalah memperkecil pekerjaan besar sehingga lebih sistematis.

Menurut Junaedi (2014) keberadaan pengorganisasian dalam perusahaan amatlah penting. Hal ini karena pengorganisasian menentukan sukses tidaknya tujuan suatu perusahaan. Dalam kegiatan manajemen, pengorganisasian merupakan proses dalam penyusunan struktur organisasi dan seluruh sumber daya manusia yang menjadi bagian dari organisasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Dalam media terdapat pekerjaan yang perlu diatur dalam struktur pembagian kerja. Pembagian kerja ini bisa dilakukan dengan berdasarkan pada divisi atau departemen yang dikelompokkan pada jenis atau bentuk pekerjaannya. Masing-masing media memiliki pembagian divisi yang berbeda-beda disesuaikan dengan tujuan media, kebutuhan media, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang ada (Junaedi, 2014).

Junaedi (2014) menyatakan setelah ada pembagian divisi, pembagian kerja menjadi mutlak dalam pengorganisasian. Pembagian kerja ini mencakup rincian tugas yang diemban oleh setiap individu dalam organisasi. Rincian tugas ini menjadi tanggung jawab dari masing-masing individu, agar tidak saling tumpang tindih rincian tugas ini dibatasi sesuai dengan kebutuhan di setiap divisi.

- c. Fungsi pelaksanaan (*actuating*) yang meliputi pengaruh (*influencing*) dan pengarahan (*directing*)

Actuating adalah suatu upaya organisasi yang bertujuan agar seluruh anggota organisasi tersebut berusaha bersama-sama untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya (Prasetyo, 2020). Fungsi manajemen yang ketiga adalah pelaksanaan. Pelaksanaan merupakan kegiatan dimana manajer mengarahkan dan mempengaruhi individu dalam organisasi untuk memenuhi tanggung jawab pekerjaan mereka. Langkah ini bertujuan untuk mencapai tujuan yang disampaikan dalam fungsi perencanaan (Junaedi, 2014).

Dalam sistem manajemen pengarahan yang diberikan oleh atasan tidak hanya sekedar memberikan pengarahan saja. Pada umumnya pengarahan dilakukan dengan menghubungkan aspek teknis serta paparan tugas kepada para karyawan. Padahal saat melaksanakan tugasnya, para karyawan juga perlu mendapatkan dukungan dan dorongan motivasi sehingga dalam melaksanakan pekerjaannya mereka akan lebih antusias dan bersemangat (Junaedi, 2014).

Komunikasi secara efektif merupakan salah satu aspek penting yang harus diterapkan dalam pengarahan. Paparan pekerjaan yang telah dibuat dalam fungsi organisasi nantinya akan disampaikan kepada seluruh anggota yang ada dalam organisasi melalui komunikasi secara efektif. Dengan demikian seluruh anggota bisa

menerima dan mengerjakan dengan baik paparan kerja yang telah diberikan (Junaedi, 2014: 45).

d. Fungsi pengawasan (*controlling*)

Controlling merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan termasuk dalam bidang media masa dalam mengawasi aktivitas pekerjaan yang ada pada perusahaan tersebut. Aktivitas *Controlling* atau pengawasan ini memang sengaja dilakukan demi memastikan bahwa seluruh tahapan yang perlu dilakukan sesuai dengan aturan dan prosedur yang sudah ditetapkan (Prasetyo, 2020).

Junaedi (2014) menyatakan fungsi terakhir dalam manajemen adalah pengawasan. Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Pengawasan dilakukan bukan hanya di akhir proses manajemen, namun hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan.

Lebih lanjut seperti dikutip dari Junaedi (2014), dalam manajemen media pengawasan menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga. Berkurangnya kualitas media dapat menyebabkan kekecewaan khalayak yang bisa jadi akan membuat khalayak berpaling ke media lain. Melalui pengawasan yang baik, kualitas media akan terjaga sehingga khalayak terpenuhi kebutuhannya dalam motif konsumsi media yang dilakukan (Junaedi, 2014).

Dalam prakteknya, seluruh fungsi yang sudah dipaparkan di atas memang selalu ada dan dibutuhkan dalam aktivitas manajemen. Jika salah satu atau lebih fungsi tersebut ditiadakan hal ini akan menimbulkan dampak buruk yang menyebabkan manajemen tidak berjalan sebagai mana mestinya. Dalam keberlangsungan suatu media, keberadaan manajemen memang berperan sangat besar. Keseluruhan unsur yang ada akan saling mendukung dan bersinergi dalam keberhasilan suatu media baik dari karyawan yang menjadi sumber daya manusia, proses produksi, hingga tim yang bekerja dalam marketing. Dalam penelitian ini manajemen yang diterapkan terdiri dari proses perencanaan, proses pengorganisasian untuk menyusun struktur yang dibutuhkan, serta proses pengarahan dan pengawasan untuk mengontrol kinerja dari perusahaan.

Manajemen media massa apabila dipandang dalam ilmu manajemen, dapat dicirikan sebagai seni untuk mengetahui animo serta keinginan massa atas informasi tertentu yang menjual untuk kemudian disajikan dan dihadirkan ke hadapan khalayak. Media massa memiliki satu tujuan yang pasti yaitu menjual informasi kepada khalayak. Manajemen media masaa merupakan seni melaksanakan dan mengatur yang berkaitan dengan media massa memiliki satu tujuan yang pasti yakni memberikan dan menjual informasi kepada masyarakat (Prasetyo, 2020). Manajemen media memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan media, prinsip

manajemen yang utuh yang meliputi *planning, organizing, actuating* dan *controlling*.

Dalam media *online* bentuk penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio, dan visual. Konsekuensinya, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang mengusung kecanggihan teknologi ini juga membawa pengaruh bagi praktik kerja jurnalisme *mainstream* (cetak, radio, dan televisi). Contoh salah satu bentuk media *online* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yakni instagram dengan official akun @kominfodiy. *Official* akun di platform ini dirancang untuk diakses secara gratis oleh pembaca lewat jaringan internet yang berisikan informasi maupun infografis yang bermanfaat.

1.5.2 Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemerintah

Paul Bradshaw (dalam Romli,2012) menjelaskan bahwa prinsip jurnalisme online terdiri dari :

1) Keringkasan (*Brevity*). Berita *online* hendaknya bersifat ringkas dan sederhana. Hal ini merupakan penyesuaian dengan tingkat kesibukan manusia di era *modern* yang ingin serba cepat.

2) Kemampuan beradaptasi (*Adaptabilty*). Para jurnalis *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan publik. Dengan kemajuan teknologi, jurnalis tidak hanya dituntut pandai menulis berita, melainkan harus dapat menyajikan berita dengan beragam cara,

seperti menggabungkan teks, suara, video, gambar, animasi, *hyperlink* dan lain-lain dalam suatu berita.

3) Dapat dipindai (*Scannability*). Untuk memudahkan para audiens, situs-situs yang terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

4) Interaktivitas (*Interactivity*). Dalam jurnalistik *online*, komunikasi dari publik kepada jurnalis sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Audiens dibiarkan untuk menjadi pengguna (*user*). Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

5) Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*). Media online memiliki peran yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

Media online memberikan banyak kelebihan jika dibandingkan dengan media bersifat konvensional yang sekarang masih ada. Oleh karena itu, seorang jurnalis *online* di era digitalisasi yang semakin pesat saat ini diharuskan semakin proaktif dalam menyajikan informasi maupun berita terkini dari suatu peristiwa yang tengah terjadi. Kondisi ini disebabkan karena audiens yang menjadi bagian dalam media *online*

tidak hanya berperan sebagai pembaca/pendengar namun juga berperan sebagai pengkritik journalism.

Menurut Marshall McLuhan *global village* dikonsepsikan sebagai sebuah proses homogenisasi jagat yang merupakan dampak dari suksesnya sistem komunikasi yang terbentuk secara keseluruhan. Dewasa ini, orang-orang dengan sangat mudah melakukan aktivitas komunikasi jarak jauh, yang tidak hanya sebatas antarkota namun juga dapat berkomunikasi antarnegara yang letaknya begitu jauh.

Keberadaan media baru yang terus berkembang juga tidak hanya berperan sebagai penghubung antara satu orang dengan yang lain. Lebih dari itu, media baru saat ini juga dapat digunakan sebagai tempat mencari segala hiburan, bahkan tak jarang melalui media baru orang-orang bisa dengan mudah mengekspresikan diri mereka sendiri. Misalnya saja akun yang isi postingannya khusus menyajikan informasi seputar hiburan yang ada di media sosial seperti Instagram. Oleh karena itu sangat mudah bagi orang-orang yang ingin mencari hiburan bisa langsung mengakses media sosial melalui gawainya tanpa perlu mengeluarkan dana yang cukup mahal.

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna Instagram pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya telah

mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya (Yusuf, 2017). Kemudian, Instagram juga digunakan sebagai media penyampaian berita dan informasi seperti yang dilakukan oleh akun Instagram *official* Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (@kominfodiy). *Official* akun @kominfodiy dalam postinggannya memberikan beragam informasi dan edukasi kepada publik seperti perkembangan Covid-19, vaksin, berita *hoax*, dan informasi lain. *Official* akun ini menyajikan konten dengan ragam tema yang fleksibel, termasuk informasi terkait pariwisata dan bidang pemerintahan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti yang fokusnya suatu kondisi, objek, status, sistem pemikiran, dan peristiwa saat ini (Nazir, 2014). Sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan landasan filsafat *postpositivisme* terhadap obyek penelitian yang alamiah dengan dan hasil yang menekankan makna dari generalisasi (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini termasuk pada jenis ini, karena penelitian ini meneliti tentang suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia. Dalam hal ini tindakan manajemen media digital pada akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta selama

pademi. Kemudian hasil yang akan disampaikan dalam bentuk penjelasan atau deskriptif.

Selain itu penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Dikatakan studi kasus karena menggunakan teknik mengkaji suatu peristiwa atau fenomena tertentu atau organisasi atau politik yang sedang terjadi (Yin, 2012). Penelitian ini akan meneliti suatu fenomena organisasi dalam melaksanakan tugas. Terutama tindakan manajemen media digital pada akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta selama pademi.

1.6.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), objek penelitian merupakan suatu sasaran ilmiah yang diteliti guna memperoleh data sesuai dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Selain itu objek penelitian diartikan sebagai suatu hal yang berkaitan dengan apa, siapa, dimana, atau suatu hal yang menjadi fokus penelitian (Umar, 2013). Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah tindakan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam hal manajemen media digital pada akun Instagram *official* selama pandemi.

1.6.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian diartikan sebagai suatu lokasi dimana terdapat objek yang diteliti dengan mencerminkan adanya unsur orang, tempat, dan tindakan yang dilakukan dalam menggambarkan suatu kejadian atau fenomena (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini dilakukan di Dinas

Komunikasi dan Informatika Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinas ini berlokasi di Jalan Brigjen Katamsa, Keparakan, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55152.

1.6.4 Informan Penelitian

Menurut Nazir (2014), informan penelitian diartikan sebagai pelaku yang memahami informasi tentang objek yang diteliti. Informan ini juga dapat dikatakan sebagai kunci informasi. Hal ini karena informan penelitian merupakan orang yang paling tahu dan memiliki informasi yang banyak tentang objek yang diteliti. Oleh karena itu apa yang disampaikan oleh informan penelitian juga sebagai sumber primer dalam suatu penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun pemilihan sebagai informan dari seluruh pegawai menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik penentuan sampel sebagai sumber data dengan menggunakan kriteria tertentu sebagai pertimbangan untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Sugiyono, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, untuk memudahkan perolehan data yang sesuai dengan data yang dibutuhkan, maka diperlukan suatu kriteria. Adapun kriteria yang digunakan adalah pegawai yang memiliki informasi dan berwenang dalam proses pembuatan konten media dan manajemen media digital pada akun Instagram Official Dinas

Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan jumlah minimal informan yang digunakan adalah minimal 3-5 pegawai untuk memperoleh data yang semakin jelas dan detail.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperlukan untuk memudahkan dalam proses perolehan data. Tujuannya agar proses perolehan data sesuai dan terjamin kevalidannya.

Adapun teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015), wawancara atau disebut juga dengan *interview* yang diartikan sebagai teknik perolehan data dimana dengan cara tanya jawab dalam suatu pertemuan. Proses ini dilakukan dengan kehadiran peneliti sebagai penanya dan informan penelitian sebagai penjawab/sumber informasi dari topik yang diteliti.

Pada penelitian ini proses ini dilakukan antara peneliti dan pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. Wawancara ini juga dilakukan dengan teknik wawancara semi-terstruktur, dimana peneliti menggunakan pertanyaan secara garis besar sebagai pedoman. Namun dalam penyampaian dapat disesuaikan dengan keadaan informan penelitian.

2. Observasi

Menurut Herdiansyah (2013), observasi merupakan salah satu teknik perolehan data dimana dilakukan dengan melihat, menilai, dan mencatat terjadinya fenomena yang dilakukan oleh subjek penelitian dengan lingkungannya. Selain itu teknik pada saat ini lebih sering dilakukan dengan merekam atau memfoto kondisi alamiah subyek dengan lingkungannya (Prasetyanti, 2018).

Pada penelitian ini, observasi akan dilakukan dengan melihat dan mendokumentasikan proses manajemen media digital yang dilakukan oleh pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu melihat permasalahan atau pelaksanaan yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan apa yang disampaikan oleh informan.

3. Dokumentasi

Menurut Sukmadinata (2015), dokumentasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Pada penelitian ini teknik ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang mendukung proses penelitian. Hal ini diperoleh dari dokumen, literatur, dan penelusuran melalui *website*.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Teknik analisis terdiri dari tiga tahapan yang terdiri dari:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan dimana terjadi proses pemilihan, penyederhanaan, pemusatan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari catatan di lapangan (Miles *et al.*, 2014). Catatan yang diperoleh dari lapangan ini perlu dianalisis untuk memudahkan penarikan kesimpulan akhir. Data yang diperoleh akan dipisahkan dan digolongkan untuk mendukung suatu alur kesimpulan. Selain itu data yang tidak diperlukan dapat dibuang agar tidak terjadi pelebaran penjelasan.

Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka akan dipisahkan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Misalnya data terkait manajemen redaksional dari wawancara dan observasi akan digolongkan agar terbentuk data yang saling mendukung dan menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahapan dimana data yang telah ditreduksi kemudian disusun untuk semakin memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Rijali, 2018). Penyajian yang

dimaksud adalah data yang disusun dalam bentuk teks naratif, bagan, jaringan, matriks, dan sebagainya.

Pada penelitian ini, hasil yang telah direduksi kemudian akan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan teks narasi. Misalnya data tentang penjelasan dari wawancara akan ditampilkan dalam bentuk narasi. Sedangkan yang bersifat angka dapat disajikan dalam bentuk grafik atau tabel.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir dari analisis data yang dilakukan dengan mengkonfigurasi data yang utuh (Rijali, 2018). Selain itu kesimpulan yang ditarik juga harus diverifikasi dari segi pemaknaan data. Verifikasi ini perlu untuk menguji kebenaran dan kesesuaian data yang diolah. Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil kesimpulan secara jelas agar para pembaca dapat mengerti dan memahami hasil yang diperoleh. Terutama tentang manajemen media digital pada akun instagram *official* Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta selama pandemi.

1.6.7 Uji Validitas Data

Pada penelitian ini karena menggunakan metode kualitatif, maka uji validitas menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai suatu cara untuk keraguan terhadap hasil penelitian kualitatif (Moleong, 2016). Triangulasi ini penting untuk mematahkan pendapat

terhadap data yang diperoleh merupakan data yang dapat dipercaya dan sesuai dengan tema yang dibahas. Oleh karena itu melalui teknik ini akan membangun justifikasi dari kumpulan sumber informasi hingga proses penelitian untuk menaikkan kenyataan sekaligus menguatkan validitas studi (Creswell, 2017).

Dalam hal ini Moleong (2016) membagi teknik triangulasi menjadi 3, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Teknik dilakukan dengan menguji sumber yang digunakan berasal dari sumber yang valid. Hal ini dapat dilakukan dengan mengecek data yang diperoleh selama penelitian melalui beberapa sumber atau informan (Sugiyono, 2015).

2. Triangulasi Teknik

Teknik dilakukan dengan mencari tahu dan kebenaran data melalui teknik yang berbeda antara satu data dengan yang lain. Teknik ini dilakukan dengan menyilangkan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap informan yang berbeda (Sugiyono, 2015). Tujuannya adalah teknik yang digunakan benar dan mendapatkan sebuah kesimpulan.

3. Triangulasi Waktu

Teknik ini dilakukan dengan memastikan waktu perolehan data. Misalnya pencantuman lengkap waktu pelaksanaan obeservasi dan wawancara.

Pada penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan waktu. Hal ini dilakukan dengan memberikan sumber yang lengkap dari perolehan serta dicantumkan dalam daftar pustaka. Sedangkan triangulasi waktu akan dilakukan dengan mencantumkan waktu pelaksanaan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dilampirkan pada lembar lampiran dalam penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian manajemen redaksional digital di Era Pandemi terdiri dari empat bab, yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Gambaran Umum Objek Penelitian, Bab III Sajian dan Analisis Data, dan Bab IV Penutup.

Pada Bab I sebagai pendahuluan penelitian terdiri dari tujuh sub bab judul, diantaranya (1) latar belakang yang menjelaskan perkembangan media massa dan konvergensi media; (2) rumusan masalah, berisi permasalahan yang diangkat dalam penelitian; (3) tujuan penelitian, berisi alasan mengenai penelitian ini dilakukan; (4) manfaat penelitian, menjelaskan secara teoritis dan praktis; (5) kajian teori, menjelaskan kajian penelitian secara teoritis; (6) metode penelitian, menjelaskan bagaimana metode yang akan digunakan; (7) sistematika penulisan yang terdiri dari gambaran penulisan Bab I hingga Bab IV.

Bab II memberi gambaran secara umum mengenai Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kasus yang dipelajari

dalam obyek penelitian. Adapun penjelasannya mencakup historis, susunan kepengurusan atau organisasi dalam perusahaan, data-data perusahaan yang dapat menjadi data pendukung dalam penelitian ini. Pada bab ini juga berisi seputar *platforms* yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, terutama Instagram.

Selanjutnya, Bab III dalam penelitian ini menyajikan data yang menjadi temuan-temuan peneliti saat melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Bab ini juga memaparkan hasil analisis terkait manajemen media digital yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan teori yang telah diuraikan di Bab I.

Kemudian bagian terakhir yaitu Bab IV, menjadi penutup dalam penelitian ini yang berisikan kesimpulan dan saran atas hasil yang telah diperoleh dari penelitian.