

**MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN INSTAGRAM  
@WORKSHOPBYALVIN DI MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**M Hidayatullah Aufar**

**20160530052**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Hidayatullah Aufar  
NIM : 20160530052  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Manajemen Produksi Konten Instagram @workshopbyalvin di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020" adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya terbukti sebagai plagiasi, saya bersedia untuk menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Yogyakarta, 24 Februari 2022

  
M Hidayatullah Aufar

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, Terimakasih kepada Allah SWT atas limpahan nikmat dan rahmat, kekuatan, serta kesempatan yang pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan karya skripsi ini untuk orang-orang yang sudah banyak mendukung, memberi perhatian, mendoakan, serta memberikan dorongan kepada saya untuk mampu melewati semua proses dalam penulisan karya skripsi ini. Saya persembahkan karya skripsi saya ini kepada :

1. Terimakasih untuk diri saya sendiri M Hidayatullah AUFAR, yang sampai saat ini belum menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Abi dan Umi, Terimakasih banyak atas seluruh kasih sayang yang selalu diberikan, kesabaran yang begitu dalam, dukungan yang tiada henti-hentinya serta materil, doa, kepercayaan yang terus diberikan sehingga akhirnya saya dapat menyelesaikan karya skripsi ini.
3. Alm M Hibatullah Akhyar, Terimakasih banyak mas satu-satunya yang selama ini sudah mendukung, mengingatkan, serta membimbing saya untuk terus berjuang agar menyelesaikan karya skripsi ini dan bisa membahagiakan Abi dan Umi serta Akbar. Semoga Mas Akhyar tenang disana, amin.
4. M Muhtarom Akbar, Terimakasih banyak adik satu-satunya yang selama ini sudah mau menemani untuk mengerjakan skripsi, yang sudah mau diminta bantu ini itu, yang sudah mendukung banyak hal untuk bisa membahagiakan Abi dan Umi.

5. Seluruh Keluarga Besarku, terimakasih banyak atas segala doa yang selalu dipanjatkan semoga senantiasa dikabulkan oleh Allah SWT dan semoga segala doa yang baik juga berpihak kepada keluarga besarku tercinta.  
Amin.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta nikmatnya kepada saya sehingga pada akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Manajemen Produksi Konten Instagram @workshopbyalvin di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi saya untuk meraih gelar Strata I (Satu) di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa dalam pembuatan karya skripsi ini tentu masih sangat jauh dari kata sempurna, dan saya mengucapkan banyak terimakasih karena skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, nasihat, serta bimbingan, dari berbagai pihak selama proses pembuatan skripsi ini. Maka dari itu pada kesempatan ini saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi saya yang sudah selalu sabar membimbing dari awal hingga akhir, terimakasih banyak atas segala dorongan, nasihat dan bimbingannya. Mohon maaf apabila selama proses bimbingan dan pembuatan skripsi ini saya memiliki banyak kekurangan.

2. Mas Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. dan Mas Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn. Selaku Dosen Penguji Skripsi saya, terimakasih atas segala masukan, dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih banyak untuk segala ilmu dan pelajaran selama perkuliahan. Mbak Siti, Pak Jono, Pak Mur atas pelayanan yang diberikan.
4. Mas Alvin Fauzie dan Mas Gita Pratomo dari tim @workshopbyalvin yang telah membantu banyak atas kelancaran skripsi ini, terimakasih sudah memberi banyak informasi dan mendukung proses pembuatan skripsi ini, maaf jika selama ini saya banyak kurangnya dan maaf jika ada salah kata maupun perbuatan.
5. Seluruh pegawai Alvin Photography, Mas Olvi, Mba Sinta, Mas Edo, Mas Yuda, Mba Rani, Mba Irma, Mba Rini, Mba Gesbi, Hanif atas semua dukunganya hingga proses pembuatan skripsi ini terselesaikan.
6. Harsacitta Lalita yang selalu sabar mengingatkan, membantu, mendukung banyak hal, yang selalu cerewet mengingatkan untuk kerjain skripsi, yang selalu mengamuk kalau telat ngerjain skripsi, makasih banyak udah banyak sabar sampai sejauh ini, stay healthy.
7. Mas Andre Wijayanto dan Mba Amry Sophia owner terhits jogja by.filia dan AmrySophia Make Up & Gown, terimakasih banyak untuk selalu mendukung agar cepat terselesaikan skripsi ini, terimakasih banyak atas segala bantuanya. Perfect family with Yuna.

8. Dito Fajar Ristiano yang udah membantu banyak hal, teman untuk saling sharing skripsi, saling dukung untuk lulus, makasih banyak bosku akhirnya bisa skripsi ini bisa terselesaikan berkat bantuan bosku.
9. Harya Nugraha terima kasih banyak untuk selalu ngerusuhin semuanya, tapi ga ada lo ga rame. semangat manusia cuan.
10. Terimakasih banyak untuk teman-teman FOTKA053 yang sudah bantu support mulai dari awal sampai akhir, Kak Taufik, Kak Herman, Kak Aldi Ahoy, Henok, Septian Dwi, Lukman Hakim, Iksan, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih banyak untuk segala halnya.
11. Qholiva Yuni terimakasih banyak udh mau direpotkan ini itu, nanya ini itu, dan dijawab dengan sabar walaupun lagi sibuk banget, perfect banget yunyun.
12. Teman-teman IK UMY angkatan 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala kekompakan dan pengalaman berharganya.

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi *Advertising***  
**M Hidayatullah AUFAR**  
**Manajemen Produksi Konten Instagram @workshopbyalvin di Masa**  
**Pandemi Covid-19 Tahun 2020**  
**Skripsi Tahun : 2021**  
**Daftar Pustaka : 20 buku + 21 jurnal**

Pengaruh serta dampak dari terjadinya pandemi Covid-19 sangat terasa bagi banyak jenis pekerjaan salah satunya fotografi. Efek dari pengaruh pandemi Covid-19 membuat salah satu vendor Alvin Photography menciptakan inovasi baru untuk bisnis fotografinya melalui media sosial Instagram. Penelitian ini akan menganalisis manajemen produksi konten Instagram @workshopbyalvin di masa pandemi Covid-19 tahun 2020 dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini memiliki tujuan bagaimana mendeskripsikan manajemen produksi konten Instagram @workshopbyalvin pada masa pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa, terciptanya @workshopbyalvin akibat dari tidak dibolehnya belajar secara tatap muka akibat dari pandemi Covid-19, sehingga Alvin Fauzie memiliki tujuan untuk tetap memberikan edukasi mengenai fotografi melalui media online instagram. Konten yang disebarluaskan melalui Instagram @workshopbyalvin memiliki banyak konsep, yang dimana guna menarik dan mengumpulkan pengguna instagram untuk ikut serta dalam aktivitas konten tersebut. Sebagai instagram yang dibentuk dalam waktu pandemi Covid-19, Alvin Fauzie beserta tim dalam mengelola konten instagram @workshopbyalvin sudah memakai 4 pilar dalam sosial media antara lain, komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan juga hiburan. Selain itu demi menjaga engagement instagram @workshopbyalvin, pada beberapa kontennya Alvin Fauzie sengaja mengutamakan komunikasi *real time* dengan tujuan bisa menjadi evaluasi dan mengetahui keinginan dari para followers @workshopbyalvin. Maka dari itu Alvin Fauzie dan tim sangat memanfaatkan fitur-fitur instagram sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan engagement Instagram @workshopbyalvin.

**Kata kunci: Produksi, Konten, Manajemen, Media Sosial, Covid-19.**



## **ABSTRACT**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Communication Department**

**Advertising**

**M Hidayatullah Aufar**

**Management of Instagram Content Production's @workshopbyalvin in Covid-19 Pandemic of 2020**

**Year: 2021**

**References: 20 books + 21 journal article**

*The influence and impact of the Covid-19 pandemic is faced by many types of profession, one of which is photography. The effects of the Covid-19 pandemic have made one of Alvin Photography's vendors create a new way for his photography business through Instagram social media. This study will analyze the management of Instagram @workshopbyalvin content production during the 2020 Covid-19 pandemic using the case study method. This study aims to describe how the Instagram content production management @workshopbyalvin during the Covid-19 pandemic is managed. The results of this study state that, the creation of @workshopbyalvin as a result of not allowing face-to-face learning due to the Covid-19 pandemic, so Alvin Fauzie has a goal to continue to provide education about photography through online media Instagram. Content distributed through Instagram @workshopbyalvin has many concepts, which are to attract and gather Instagram users to participate in content activities. As an Instagram that was formed during the Covid-19 pandemic, Alvin Fauzie and his team in managing @workshopbyalvin Instagram content have used 4 pillars in social media, including communication, collaboration, education, and entertainment. In addition, in order to maintain @workshopbyalvin's Instagram engagement, in some of his content, Alvin Fauzie deliberately prioritizes real time communication with the aim of being an evaluation and knowing the wishes of @workshopbyalvin's followers. Therefore, Alvin Fauzie and his team really take advantage of Instagram's features as a way to increase engagement on Instagram @workshopbyalvin.*

**Keywords: Production, Content, Management, Social Media, Covid-19**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	8
E. Kerangka Teori.....	8
1. Pengertian Manajemen.....	8
2. Media Sosial.....	13
3. Produksi Konten Media Sosial.....	16
F. Metode Penelitian.....	18

1. Jenis Penelitian.....	18
2. Informan Penelitian.....	19
3. Teknik Pengumpulan Data.....	20
4. Teknik Analisis Data.....	22
5. Validitas Data.....	24
6. Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Alvin Photography .....	26
B. Akun Instagram @workshopbyalvin .....	29
1. Struktur Team Instagram @workshopbyalvin .....	33
2. Produk Konten Instagram @workshopbyalvin .....	34
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Sajian Data .....	36
1. Perencanaan Produksi Konten Instagram.....	36
2. Mengorganisir Tim Produksi Konten Instagram.....	42
3. Pelaksanaan Produksi Konten Instagram .....	44
4. Pengawasan atau <i>Controlling</i> Produksi Konten Instagram.....	56
B. Pembahasan.....	59
1. <i>Online Communities</i> .....	61
2. <i>Interaction</i> .....	61
3. <i>Sharing of Content</i> .....	62
4. <i>Accessibility</i> .....	63
5. <i>Credibility</i> .....	63

<b>BAB IV KESIMPULAN dan SARAN.....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Posting-an* Instagram @workshopbyalvin selama masa pandemi..... 46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada Bulan Januari 2020 – Desember 2020.....	3
Gambar 1.2 isi konten dari Instagram @workshopbyalvin .....	5
Gambar 2.1 Logo Alvin Photography .....	26
Gambar 2.2 Alur produksi Alvin Photography .....	27
Gambar 2.3 Tampilan Jenis-Jenis konten dari Instagram @workshopbyalvin.....	30
Gambar 2.4 Tampilan salah satu konten dari Instagram @workshopbyalvin .....	31
Gambar 2.5 Tampilan konten dari Instagram @workshopbyalvin .....	32
Gambar 2.6 Struktur Produksi Konten IG @workshopbyalvin .....	33
Gambar 3.1 Pengelolaan Fitur Highlight Pada akun Instagram @workshopbyalvin .....	48
Gambar 3.2 Testimoni pada fitur Highlight Instagram @workshopbyalvin .....	49
Gambar 3.3 Promosi free e-Book pada fitur Highlight Instagram @workshopbyalvin .....	50
Gambar 3.4 Sneak Peak pada fitur Highlight Instagram @workshopbyalvin .....	51
Gambar 3.5 Informasi Fasilitas pada fitur Highlight Instagram @workshopbyalvin .....	52
Gambar 3. 6 Interaksi Komentar pada akun instagram @workshopbyalvin .....	54
Gambar 3.7 Konten Live IG pada akun instagram @workshopbyalvin .....	55
Gambar 3.8 Perbandingan Impresif Konten Give Away dan Kupon Diskon @workshopbyalvin .....	57

Gambar 3.9 Perbandingan Impresif Konten Format Video dan Foto  
@workshopbyalvin ..... 58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Daftar Pertanyaan.....	79
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	82
Lampiran 3. Foto.....	91