

postingan. Dalam melakukan evaluasi terkait unggahan di Instagram, KFAI biasanya melakukan evaluasi setahun sekali.

Evaluasi yang dilakukan bersifat internal, dimana komunitas membahas mengenai kekurangan apa saja dalam proses penyebaran informasi di *Instagram*, berapa banyak jumlah postingan dalam setahun, diversifikasi foto dan informasi dari region yang diunggah semakin banyak, bagaimana respon publik dari pengguna *Instagram* yang mengikuti KFAI, apakah hasil fotografi yang diposting sudah mencapai standar kualitas gambar yang menjadi tujuan utama dalam Komunitas Fotografi Aviasi Indonesia, dan sebagainya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada Bab III, peneliti menyimpulkan beberapa hal dari penelitian ini:

1. Komunitas Fotografi Aviasi Indonesia dalam melakukan proses perencanaan pesan terlebih dahulu melakukan pemilihan topik atau konten, pembuatan *caption*, dan penyusunan pesan yang bersifat informatif. Hal tersebut berguna untuk KFAI dalam memproduksi konten-konten yang informatif, agar pesan dapat terencana dengan baik, serta pesan yang disampaikan sesuai dengan visi dan misi dari komunitas.
2. Proses yang dilakukan selanjutnya oleh KFAI yaitu penyebaran pesan, dimana KFAI melakukan penyebaran pesan dengan mengunggah konten yang pesannya sudah direncanakan sebelumnya. Konten yang dipublikasikan berupa foto-foto kegiatan serta tulisan yang sesuai dengan topik yang ingin disampaikan kepada publik. Konten tersebut disampaikan dengan menggunakan teknik informatif agar audien mengerti pesan yang ingin disampaikan. KFAI juga memakai fitur-fitur seperti *instastory*, *hashtag*, *feeds*, dan beberapa fitur lainnya dalam mempublikasikan konten-konten yang sudah dibuat. Fitur-fitur tersebut memudahkan KFAI dalam menyampaikan pesan yang sudah direncanakan dalam konten dapat tersampaikan dengan baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diperoleh, peneliti memiliki beberapa saran, baik akademis maupun praktis seperti berikut:

1. Saran Akademis

Dalam bidang komunikasi, bagi peneliti lain yang ingin membahas dan mengembangkan studi kasus ini lebih lanjut, peneliti menyarankan agar objek penelitian yang dipilih yaitu komunitas-komunitas sejenis yang menggunakan media sosial dalam perencanaan dan penyampaian informasi, karena nantinya akan terlihat adanya perbedaan dalam pengembangan serta perencanaan dan strategi penyusunan pesan maupun penggunaan fitur yang ada di media sosial.

2. Saran Praktis

Saran ini ditujukan untuk Komunitas Fotografi Aviasi Indonesia, maupun komunitas lain yang menggunakan Instagram sebagai media penyampaian informasi. KFAI diharapkan juga dapat memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi dengan cara meningkatkan kualitas konten seperti desain grafis, videografi, serta teknik *copywriting* dalam mendukung peningkatan kualitas publikasi konten. Untuk itu, diperlukan divisi khusus pembuat konten, agar konten yang dipublikasikan dapat menarik perhatian lebih dari audiens, terutama yang menggunakan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B.D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: PT. Trans Media.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Khoiri, Nur. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Ragam, Model dan Pendekatan*. Semarang: Southeast Asian Publishing
- Moleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasyroh, Fitri Alam. 2020. *Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*. Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books.

Pandora, Ryhat Trisde. 2018. *Strategi Pengelola Media Sosial Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang*. Skripsi. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Putri, Dhita Widya dan De Mormes, Maulida. 2017. *Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed*. Jurnal. Jakarta: London School of Public Relations.

Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bura'ne: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia

Sidiq, Umar dan Choiri, Miftachul. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya.

Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Sendari, A. A. (2019, Maret 1). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Stephanie, Conney. (2021, Februari 23). Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari? Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all>

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

TOPIK PERTANYAAN	PERTANYAAN	NARASUMBER
1. Mendapatkan Informasi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana cara anda dalam menentukan konten/topik yang ingin disampaikan melalui <i>Instagram</i> @kfa_indonesia?2. Siapa saja yang dipilih menjadi komunikator dalam mendapatkan informasi?3. Bagaimana anda menentukan target sasaran dalam mendapatkan informasi?	Admin <i>Instagram</i> @kfa_indonesia Ketua Pengurus KFA Indonesia
2. Pengolahan Informasi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana Teknik penyusunan pesan yang dilakukan dalam mengolah informasi?2. Bagaimana cara anda dalam membuat <i>caption</i> yang menarik dalam postingan melalui <i>Instagram</i> @kfa_indonesia?	
3. Penyampaian Informasi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana proses penyebaran informasi/melakukan posting di <i>Instagram</i> @kfa_indonesia?2. Kapan saja penyampaian informasi dilakukan melalui postingan di <i>Instagram</i> @kfa_indonesia?	
4. Feedback dan Evaluasi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana anda menemukan	

	<p><i>feedback/umpan balik</i> dari setiap postingan?</p> <p>2. Bagaimana anda melakukan evaluasi terkait postingan yang sudah mendapatkan <i>feedback</i> dari <i>followers</i>?</p>	
--	---	--



TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 1: Nathaniel Rusdianto (Humas dan admin Instagram @kfa_indonesia)

Informan 2: Heppy Mahendro (Humas dan admin Instagram @kfa_indonesia)

Informan 3: Theodorus Aji Baruno (Ketua Pengurus KFAI)

Peneliti: Bagaimana anda menentukan konten atau topik yang ingin disampaikan melalui Instagram @kfa_indonesia?

Informan 1: Pada dasarnya, *main goal* dari *instagram* KFAI adalah mengangkat hasil karya anggota dari KFAI. Hasil karya yang dimaksud adalah foto-foto, khususnya tentang pesawat di berbagai region di Indonesia, pesawat apa aja yang unik dan pernah datang di region-region tersebut. Selain itu, KFAI juga mendokumentasikan kegiatan-kegiatan resmi yang dilakukan di bandara setempat. Misalnya, kemarin kami baru saja menghadiri acara cinta kedirgantaraan yang diadakan di Banyuwangi, Jawa Timur, itu hasil kegiatannya kami dokumentasikan dan ditampilkan di *Instagram*. Jadi, untuk menentukan topik, karena hal yang ingin ditampilkan berupa foto, kami memilih foto yang representatif dari setiap region. Misalnya, jika ada anggota dari region lain yang ikut dalam acara pembukaan rute baru maskapai penerbangan, hasil dokumentasi foto kegiatan tersebut akan kami jadikan topik. Informasi seperti *open recruitment* keanggotaan KFAI juga kami sampaikan, paling tidak dalam satu tahun ada 2 kali perekrutan anggota baru.

Peneliti: Siapa saja yang dipilih menjadi komunikator dalam mendapatkan informasi?

Informan 2: Sebagian besar datang dari anggota KFAI sendiri. Anggota KFAI tidak hanya dari orang luar bandara yang hanya sekedar datang ke bandara, kemudian foto-foto di luar pagar bandara, namun ada juga beberapa anggota kami yang orang dalam bandara, dengan pengertian orang tersebut bekerja dengan *stakeholder* yang ada di bandara, seperti Angkasa Pura, *Aviation Security*, *AirNav*/pengatur lalu lintas udara, dan maskapai penerbangan. Beberapa foto-foto kegiatan yang ada di bandara seperti pembukaan rute baru, kedatangan pesawat asing dan sebagainya, informasi mengenai kegiatan tersebut kami dapatkan melalui para *stakeholder* tersebut, tentunya juga sudah dengan ijin jika informasi tersebut boleh disampaikan ke publik, khususnya melalui *Instagram* KFAI untuk *diposting*.

Peneliti: Bagaimana anda menentukan target sasaran dalam mendapatkan informasi?

Informan 3: Selama ini, kami belum menentukan secara spesifik target sasarannya. Tetapi, yang paling penting menurut kami adalah bagaimana caranya memperkenalkan KFAI ke publik. Dalam 1,5 tahun sejak komunitas ini berdiri, kami masih belum begitu *visible*, dalam artian keberadaan komunitas ini masih belum terlalu dikenal oleh banyak orang. Boleh dibilang, target sasarannya adalah siapa saja yang tertarik, tidak hanya menyasar kepada orang-orang tertentu saja yang menyukai fotografi pesawat, karena *feedback* dari orang awam juga bagus,

karena mereka tertarik dan menjadi tahu, bahwa ada juga komunitas yang kegiatannya memfoto pesawat.

Peneliti: Bagaimana teknik penyusunan pesan dalam mengolah informasi?

Informan 2: Penyusunan pesannya adalah kami cari informasi secara detailnya terlebih dahulu, seperti apa acaranya, dimana tempatnya, kapan acara tersebut diadakan, kami minta informasi kepada orang-orang yang terlibat dalam acara yang diadakan tiap region, karena keterbatasan anggota humas yang dapat mengikuti acara tersebut, dan juga posisinya yang berpencar-pencar di tiap region di seluruh Indonesia. Dari informasi yang dikumpulkan tersebut, humas akan menyusun informasi tersebut menjadi *caption* yang bersifat informatif pada saat di posting melalui Instagram.

Peneliti: Bagaimana cara anda membuat *caption* yang menarik dalam postingan melalui Instagram @kfa_indonesia?

Informan 1: Pembuatan *caption* sebenarnya lebih bersifat informatif. Namun, terkadang kami juga membuat *caption* yang dapat memancing rasa penasaran, seperti contohnya; “tahukah anda?” atau “apakah kalian tahu kode panggil dari pesawat ini?” dan sebagainya. Sehingga dapat membuat audiens menjadi penasaran dan mencoba mencari tahu, kemudian menjawabnya melalui kolom komentar di postingan tersebut.

Peneliti: Bagaimana proses penyebarluasan informasi/melakukan posting melalui Instagram @kfa_indonesia?

Informan 1: Prosesnya simpel, kita upload di feeds Instagram dan juga *Instastory* dalam penyebaran informasinya agar pengikut *Instagram* kami selalu mendapatkan *update* informasi terbaru dari KFAI melalui *Story Feeds* pada Instagram. Selain di Instagram, kita juga upload ke grup pengurus dan anggota KFAI melalui Telegram untuk dijadikan bahan evaluasi untuk postingan-postingan selanjutnya.

Peneliti: Kapan saja penyampaian informasi melalui Instagram @kfa_indonesia?

Informan 2: Kepala Divisi Humas memberikan jadwal kepada 6 admin pengurus Instagram KFAI, minimal dalam seminggu 3 *Postingan* dari 6 orang yang berbeda, yang juga digilir tiap minggunya, sehingga setiap 6 orang tersebut berkontribusi dalam menghidupkan Instagram KFAI dalam menyampaikan informasi.

Peneliti: Bagaimana anda menemukan *feedback*/umpan balik dalam setiap postingan?

Informan 3: Biasanya kami menerima *Feedback* melalui kolom komentar. *Feedback* yang kami terima juga biasanya lebih kearah positif seperti memberi pujian maupun memberikan respon terhadap pertanyaan yang ditampilkan melalui beberapa postingan dari KFAI.

Peneliti: Bagaimana anda melakukan evaluasi terkait postingan yang sudah mendapatkan *Feedback* dari *Followers*?

Informan 3: Evaluasi biasanya dilakukan setiap setahun sekali, dan dilakukan bersama dengan pengurus KFAI. Biasanya kami melakukan evaluasi terkait berapa postingan yang sudah dibuat dalam setahun. Apakah sudah mencakup semua region secara merata atau tidak terhadap foto yang diposting dari setiap region yang ada di seluruh Indonesia, sehingga tidak terjadi ketimpangan informasi, dimana informasi yang di posting atau reposting tidak hanya berasal dari region tertentu saja.

TAMBAHAN

Peneliti: Mengapa KFAI memilih Instagram sebagai media dalam perencanaan dan penyampaian informasi?

Informan 3: komunitas ini memilih Instagram karena penggunaanya yang cukup banyak, dengan harapan cakupan audiensnya luas, tidak hanya untuk orang-orang yang senang dengan dunia penerbangan, namun juga untuk orang awam.

Peneliti: Apa tujuan utama dari KFAI memposting foto di Instagram?

Informan 1: Ini bukan hanya tentang repost hasil foto, tapi ada PR untuk kami, yaitu kualitas foto dari teman-teman anggota KFAI. Hasil fotografi yang didapat tidak hanya harus sekedar terlihat bagus, namun juga bagaimana kemampuan teknis fotografi setiap anggota, bagaimana anggota jeli dalam menangkap momen. Jadi, kami tidak asal merepost hasil fotografi aviasi yang terlihat biasa-biasa saja. Namun, kami juga melakukan evaluasi untuk memilih foto mana saja yang bagus dan layak untuk di repost.

Informan 3: *Skill* itu juga penting, sehingga hasil foto yang didapat juga bagus dan meningkat kualitasnya. Harapannya, setiap anggota dapat meningkatkan kemampuannya dalam fotografi. Editing nomor sekian, karena kalau hasil awal foto yang didapat saja sudah jelek, mau diedit sebagus apapun, hasilnya tetap akan tidak maksimal. Ini yang ingin kami hindari pada saat merepost hasil foto. Kami juga ingin memotivasi member untuk belajar fotografi, bagaimana tekniknya sehingga hasil fotonya bagus. Jadi, KFAI tidak hanya semata-mata merepost hasil foto yang bagus, namun juga memotivasi anggota KFAI untuk menghasilkan fotografi aviasi yang berkualitas, karena itulah target utama dari KFAI.

Peneliti: Adakah kendala atau kesulitan pada saat menyampaikan informasi melalui posting di Instagram?

Informan 1: Kita ini merepost, selain kegiatan KFAI juga *repost* hasil karya anggota. Hal ini perlu digarisbawahi, jangan sampai merepost hasil karya foto diluar anggota KFAI. Setiap kita ingin merepost foto ke Instagram, kami selalu *check and re-check*, apakah foto tersebut berasal dari anggota KFAI atau bukan. Mulai dari konfirmasi ke koordinator tiap region maupun ke anggota pemilik karya foto di region tersebut

Peneliti: KFAI mengusung prinsip *Safe and Secure Spotting*. Apakah maksud dari prinsip ini dan bagaimana KFAI menjalankannya?

Informan 2: Setiap informasi yang kami dapat dan dipublikasikan melalui Instagram, kami tidak tuliskan darimana kami mendapat sumber informasinya secara jelas, karena kami tidak ingin pemilik informasi merasa tidak nyaman. Sifatnya kami buat anonim saja. Tapi, karena hal itu sudah diatur sebelumnya, jika

informasi tersebut telah disetujui dan boleh untuk disebar, maka baru kita sebar melalui Instagram. Namun, jika ada informasi yang memang tidak boleh disebar, kami tidak akan memaksakan dan kami paham mengenai hal itu. Kita tetap mengukung prinsip safe and secure spotting yang telah disebutkan sebelumnya.

Salah satu contohnya yaitu mengenai adanya maskapai baru di Indonesia. Hal tersebut tingkat kerahasiaannya tinggi. Kami sebagai KFAI bersifat netral dan tidak akan menyebarkan informasi mengenai maskapai tersebut. Jika KFAI ingin mempublikasikan mengenai informasi tersebut, kami harus menghubungi Humas dari maskapai tersebut. Apakah boleh mengambil foto pesawat dari maskapai tersebut, apakah boleh kami mendapatkan informasi mengenai maskapai baru tersebut. Jika sudah mendapat izin dari humas maskapai tersebut, barulah kami dapat upload di Instagram mengenai foto pesawat serta informasi mengenai maskapai baru tersebut.

Namun, tidak semua informasi yang kami dapatkan bisa disebar, karena ada beberapa dari informasi tersebut memang bersifat sangat rahasia dan benar-benar tidak boleh dipublikasikan secara umum. Ada informasi yang kami harus minta izin kepada humas dari maskapai maupun pengelola bandara, dan ada juga informasi yang kami dapatkan karena diundang dan diajak untuk meliput acara tertentu yang kemudian diminta agar acara tersebut dapat dipublikasikan kepada masyarakat.

Informan 2: Bandara ini merupakan kawasan terbatas (*restricted area*) dan berbahaya sebetulnya, karena banyaknya pesawat yang melintas. Sangat penting bagi para spotters untuk selalu mengikuti aturan, tidak melewati batas, karena hal itu dapat membahayakan baik keselamatan spotters maupun membahayakan keamanan bandara. Hal ini yang sangat kami tekankan dalam KFAI dalam mengusung kampanye safe and secure spotting. Namun, mengenai campaign ini belum kami bawa ke media sosial secara luas. Kami sudah merencanakan sebelumnya mengenai hal ini. Namun, karena pandemi, kami kesulitan dalam mengkampanyekan hal tersebut melalui workshop untuk saat ini.

