

## Media Sosial Sebagai Media Informasi Penataan Lighting Bagi Videografer: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Fiqri\_Fox

Darmawati<sup>1</sup>, Rizky Agung Hidayatullah<sup>2</sup>

<sup>1&2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email: [darmawati@uin-suska.ac.id](mailto:darmawati@uin-suska.ac.id)<sup>1</sup>, [rizqyagunghidayatullah@gmail.com](mailto:rizqyagunghidayatullah@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract.** *This research reveals the crucial role of Instagram, particularly the @fiqri\_fox account, in shaping a community of videographers who actively learn and share. Through a virtual ethnography approach, it is found that this account not only presents comprehensive lighting tutorials, but also creates an inclusive dialog space. Using the virtual ethnography method, this research explores in depth how the Instagram account @fiqri\_fox becomes a reference for videographers in understanding lighting techniques. The results of this study highlight the great potential of social media, especially Instagram, as an effective learning tool. Accounts like @fiqri\_fox have proven that with the right approach, the platform can bridge the gap between theory and practice.*

**Keywords:** *social media, Instagram, videography, lighting arrangement, virtual ethnography, informal learning.*

**Abstrak.** Penelitian ini mengungkap peran krusial Instagram, khususnya akun @fiqri\_fox, dalam membentuk komunitas videografer yang aktif belajar dan berbagi. Melalui pendekatan etnografi virtual, ditemukan bahwa akun ini tidak hanya menyajikan tutorial lighting yang komprehensif, tetapi juga menciptakan ruang dialog yang inklusif. Dengan menggunakan metode etnografi virtual, penelitian ini menggali secara mendalam bagaimana akun Instagram @fiqri\_fox menjadi rujukan bagi videografer dalam memahami teknik pencahayaan. Hasil penelitian ini menyoroti potensi besar media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat pembelajaran yang efektif. Akun seperti @fiqri\_fox telah membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat, platform ini dapat menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik.

**Kata kunci:** media sosial, Instagram, videografi, penataan lighting, etnografi virtual, pembelajaran informal.

### 1. PENDAHULUAN

Media online, juga disebut sebagai cybermedia dan new media, memiliki fitur yang membedakannya dari media konvensional. Media adalah generasi ketiga media, setelah media cetak dan elektronik, yang memungkinkan orang untuk beraktivitas tanpa batasan ruang dan waktu serta melakukan banyak hal dengan mudah. Kemampuannya untuk menyajikan informasi dalam berbagai format, seperti video, audio, teks, gambar, dan grafis, adalah keunggulan tambahan. Media online dikenal sebagai sumber informasi yang dinamis dan terkini karena fleksibilitas, kecepatan, dan interaktivitasnya. Selain itu, mereka dapat terhubung dengan sumber lain melalui hyperlink, yang membuatnya menjadi sumber informasi yang dinamis dan terkini. Romli (2018).

Masyarakat Indonesia sekarang menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi. Dalam laporan "Status Literasi Digital di Indonesia 2022", Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan Katadata Insight Center (KIC) mengatakan bahwa

sekitar 72,6 persen dari partisipan menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama (Goodstats, 2023). Industri, terutama di Indonesia, melihat banyak peluang berkat pertumbuhan media sosial yang sangat cepat. Fokus utamanya adalah mengembangkan fotografi, videografi, dan pengetahuan digital, terutama dalam hal pendidikan dan penyediaan informasi melalui platform seperti Instagram (Santoso, 2018).

Media sosial Instagram merupakan media yang cukup digemari oleh Masyarakat Indonesia, dan terbukti efektif untuk dijadikan sebagai media promosi. Instagram tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi kepada kelompok tertentu, tetapi juga memberikan inspirasi bagi penggunanya dan mendorong kreativitas karena fiturnya yang dapat membuat hasil karya visual menjadi lebih indah, estetika, dan luar biasa (Damayanti, 2018).

Instagram telah berkembang menjadi platform pendidikan yang memungkinkan orang-orang modern belajar dan berinteraksi dalam bidang digital seperti lighting dalam videography. Instagram telah berkembang menjadi tempat untuk mengeksplorasi dunia lebih dari sekadar alat komunikasi. Instagram sangat penting bagi penggemar konten kreatif dan videografi karena memungkinkan mereka untuk bertukar ide, berbagi informasi, dan mempelajari teknik pengambilan gambar, penataan lighting, dan topik terkait lainnya. @fiqri\_fox adalah akun yang mengajarkan penataan lighting yang baik dan konten kreatif. Melalui akunnya, @fiqri\_fox berdedikasi untuk membantu proses pembelajaran dan pengembangan komunitas videografi di Instagram.

Salah satu akun yang memberikan informasi mengenai penataan lighting yang bagus dalam pembuatan video adalah @fiqri\_fox. Dalam akun ini bukan hanya mengunggah tutorial lighting saja tetapi ada beberapa postingan yang merekomendasikan lighting proper untuk beberapa tahun terakhir. Dari beberapa postingannya @fiqri\_fox mengajarkan bagaimana cara penataan lighting yang baik agar gambar atau video yang dihasilkan bisa lebih dinamis dan berkualitas tinggi.

@fiqri\_fox menginspirasi videografer untuk menata lighting lebih tertata agar hasil gambar yang dihasilkan bagus. @fiqri\_fox membuat media sosial Instagram sebagai tempat bertukar ilmu dan sebagai sarana belajar untuk videographer. Ia berusaha untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertukaran ide, keterlibatan, dan pertumbuhan dalam komunitas.

Penelitian ini difokuskan secara khusus untuk videographer semua kalangan baik dari yang muda maupun yang tua. Selain itu, penelitian ini membantu memahami bagaimana videographer sebagai pengikut akun ini memanfaatkan data yang diberikan sebagai sumber informasi dan mengajarkan penataan lighting. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana konten yang diposting oleh @fiqri\_fox berkorelasi dengan sejauh mana konten tersebut

membantu pengikutnya memahami dan belajar bagaimana penataan lighting yang baik dan benar. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan tentang seberapa efektif media sosial, terutama Instagram, dapat berfungsi sebagai alat pendidikan dan informasi, khususnya dalam hal kreativitas visual seperti penataan lighting dalam dunia videografi.

Penelitian ini dengan judul " Media Sosial sebagai Media Informasi Lighting Bagi Videografer: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @fiqri\_fox." bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun Instagram @fiqri\_fox dapat menyajikan konten dengan mencakup nilai-nilai informasi terkait penataan lighting yang dibutuhkan oleh videografer serta faktor-faktor yang mendorong Generasi Z untuk mengikuti akun tersebut sebagai sumber informasi.

## **2. METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan etnografi virtual sebagai pendekatan kualitatif. Etnografi virtual adalah pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki fenomena spasial dan kultur dalam lingkungan internet, menurut Nasrullah (2017: 107). Dalam konteks ini, pendekatan etnografi virtual mengacu pada pendekatan penelitian yang bergantung pada cara orang berinteraksi dengan internet. Peneliti etnografi virtual mengamati penelitian mereka secara langsung, terlibat secara langsung dalam komunitas tersebut, dan berbicara atau wawancara dengan informan-informannya secara langsung. (Ayutiani & Putri, 2018:48).

Etnografi virtual, menurut Cristine Hine (dalam Abidin & Ida, 2018), adalah metode untuk mempelajari internet dan mengeksplorasi entitas (users) saat mereka menggunakannya. Oleh karena itu, kajian etnografi virtual adalah cara untuk melakukan penelitian di internet yang bergantung pada bagaimana orang menanggapinya. Peneliti meneliti kultur yang terjadi di suatu komunitas atau di tempat yang pasti dengan menggunakan teknik etnografi virtual. Christine Hine menyebutkan sepuluh prinsip yang harus diingat saat menggunakan etnografi virtual dalam proses penelitian: (1) Seorang etnografer yang melakukan penelitian di lapangan virtual harus memahami konteks penelitian, karena penelitian di lapangan fisik berbeda dengan penelitian offline di internet. (2) Etnografer harus memahami cara berkomunikasi di internet, yang berbeda dengan praktik penelitian tatap muka di dunia nyata dari segi konsep dan praktik. (3) Persepsi umum tentang internet ditentang oleh etnografi virtual. Ini menekankan betapa pentingnya memahami proses interaksi antar entitas melalui medium internet. (4) Fokus etnografi virtual adalah mempelajari bagaimana tempat virtual dibuat di internet dan bagaimana aliran dan konektivitas antar pengguna terbentuk. (5) Dalam hal ini, batasan tidak hanya berkaitan dengan lokasi atau area, tetapi juga aspek lain yang relevan. (6) Etnografi

virtual melibatkan situasi sementara yang diciptakan oleh interaksi antara peneliti dan subjek penelitian; metode dan hubungan yang digunakan untuk mencapai kesimpulan ini digunakan dalam etnografi virtual. (7) Penelitian etnografi di internet hanya dapat mengumpulkan artefak budaya yang bersifat parsial; ini hanya dapat digunakan sebagai cara untuk memetakan budaya, bukan untuk menggambarkan realitas secara keseluruhan. (8) Etnografer dapat bertindak sebagai informan dalam etnografi virtual, menggabungkan pengalaman pribadi dan penggunaan media dalam interaksi. (9) Etnografi virtual memungkinkan etnografer dan informan untuk mengalami perasaan kehadiran melalui penggunaan teknologi. (10) Dalam etnografi virtual, prinsip virtualitas hanya digunakan untuk menjelaskan praktik tertentu yang diselidiki oleh etnografer mengenai bagaimana teknologi memediasi interaksi; namun, ini berbeda dari definisi konvensional. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara terbuka, observasi baik secara langsung maupun daring, dokumentasi, dan penelitian literatur. Wawancara dan observasi akan menjadi sumber utama data yang akan digunakan oleh peneliti. Selain itu, observasi secara langsung dan daring juga akan menjadi sumber data.

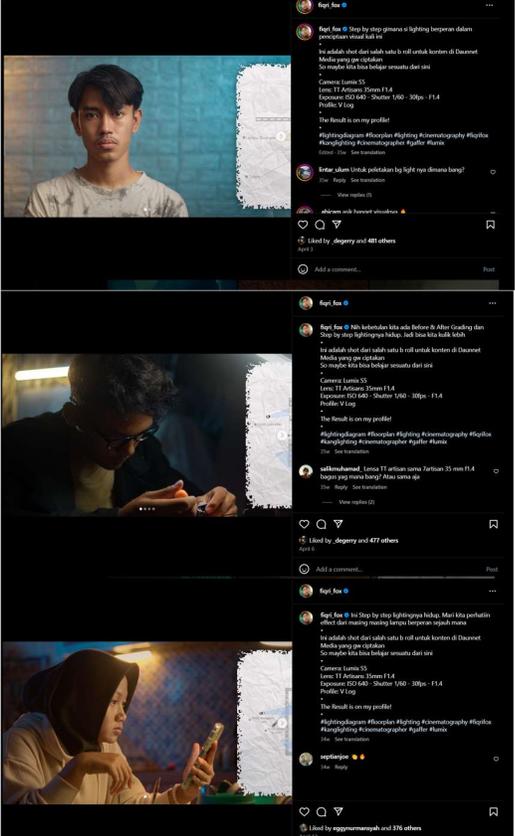
Metode Analisis Media Siber (AMS) adalah teknik analisis data yang digunakan dalam metode etnografi virtual. AMS dapat digunakan untuk menganalisis budaya di internet, memerlukan unit analisis mikro dan makro, dan dapat disederhanakan dalam teks dan konteks (Nasrullah, 2017). Untuk memilih informan, metode purposive sampling digunakan. Metode ini digunakan untuk memilih informan berdasarkan pertimbangan (Sugiyono, 2018). Informan yang dipilih harus mengikuti akun Instagram @fiqri\_fox dan memiliki ketertarikan dalam dunia videografi.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang didapat dari wawancara mendalam dengan para informan yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti menemukan factor – factor yang mendorong videographer yang memilih untuk mengikuti akun Instagram @fiqri\_fox dan bagaimana @fiqri\_fox menyajikan konten yang menganut unsur – unsur tentang penataan lighting untuk kebutuhan videographer. Dalam pembahasan ini. Peneliti akan menganalisis hasil hasil penelitian ini menggunakan metode Analisis Media Siber (AMS) sebagai panduan peneliti dalam menganalisis studi etnografi virtual. Berikut merupakan beberapa artefak budaya dalam akun Instagram @fiqri\_fox yang peneliti temukan selama melakukan observasi berdasarkan AMS:

Tabel 1. Artefak Budaya Pada Akun Instagram @fiqri\_fox

LEVEL	ARTEFAK	KETERANGAN
<p>Level ruang media (media space)</p>		<p>Diruang media, dibawah profil akun Instagram @fiqri_fox terdapat beberapa akun Instagram yang berada dibawah naungan @fiqri_fox seperti @historias.studio @videographer_lampung. Dan juga ada link yang mengarah ke kelas lighting dan beberapa barang yang direkomendasikan oleh @fiqri_fox. Akun Instagram ini rutin mengunggah video reels tentang penempatan lighting, color grading dan video reels seperti sketsa komedi namun tema yang dibahas masih mengenai lighting, editing, dan lain sebagainya.</p>

<p>Level dokumen media (media archive)</p>		<p>Pada level dokumen media (media archive) terdapat hastag (#) yang sama di setiap postingan feed dari akun Instagram @fiqri_fox seperti #lightingdiagram #floorplan #lighting #cinematography #fiqrifox #kanglighting #cinematographer #gaffer #lumix. Hastag yang digunakan disini linear dengan konten yang di posting yaitu seputar lighting bahkan alat yang dipakai oleh @fiqri_fox itu sendiri.</p>
<p>Level media (media object)</p>		<p>Pada level ini terjadi interaksi dua arah antara akun Instagram @fiqri_fox dengan follower. Bisa melalui like, comment dan lain sebagainya. Aktivitas lainnya juga terjadi di level ini seperti mention (@), hal ini akan membuat teman yang di mention melihat konten yang sama alhasil konten tersebut akan ramai. Di kolom komentar juga terbuka ruang diskusi.</p>

		
<p>Level pengalaman (<i>experiential stories</i>)</p>		<p>Pada level pengalaman atau <i>experiential stories ini</i> melihat bagaimana feedback dari follower akun Instagram @fiqri_fox. Feedback yang diberikan cukup beragam mulai komentar dari beberapa produk yang direkomendasikan oleh @fiqri_fox itu sendiri atau feedback dari follower yang merasa terbantu dengan adanya konten yang dibagikan oleh @fiqri_fox tentang setup lighting yang tepat.</p>

### Faktor yang Mendorong videografer dalam Memilih Akun Instagram @fiqri\_fox Sebagai Sumber Informasi dalam penataan lighting.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan untuk memenuhi data yang peneliti perlukan dalam penelitian ini, dari ketiga informan dalam penelitian ini, masing masing memiliki pandangan tersendiri dalam memilih akun Instagram @fiqri\_fox sebagai sumber informasi mengenai penataan lighting bagi videographer. Dua dari tiga informan yaitu Mujibur dan dieto mengatakan bahwa akun Instagram @fiqri\_fox menyediakan konten yang relevan dengan kebutuhan videographer seperti penataan lighting untuk video. Hal ini sangat membantu mereka dalam produksi video. Penjelasan yang simple memudahkan mereka untuk belajar tentang penataan lighting yang bagus, ditambah lagi dengan adanya floorplan membuat mereka lebih mudah memahami tentang penataan lighting yang tepat untuk video.

Berbeda dengan informan iwan, ia menjadikan akun Instagram @fiqri\_fox sebagai refrensi dalam membuat konten videografi. Ia menyatakan bahwa konten @fiqri\_fox sebagai inspirasi dalam membuat konten video. “saya suka melihat konten dari @fiqri\_fox karena kontennya tu menarik, cara dia menyampaikan materinya tu saya suka singkat padat jelas gitu

jadi saya nontonnya enjoy, dan saya jadiin dia inspirasi buat video, pokoknya dia keren lah” informan iwan.

Semua jawaban yang diberikan oleh ketiga informan, yang merupakan videographer dan pengikut akun Instagram @fiqri\_fox, sesuai dengan pengamatan. Pembawaan dari @fiqri\_fox dalam kontennya mudah diterima oleh pengikutnya, mulai dari gaya Bahasa, cara penyampaian dan lain sebagainya. Faktor pendorong videographer untuk memilih akun Instagram @fiqri\_fox adalah sebagai acuan untuk penataan lighting dalam proses pembuatan video yang menarik dan professional.

Hal ini sejalan dengan teori Pierre Levy tentang media baru dari sudut pandang interaksi sosial, yang menganggap media sosial sebagai ekosistem informasi yang fleksibel, terbuka, dan terus berubah yang memungkinkan orang untuk mempelajari hal baru dan berpartisipasi dalam masyarakat demokratis yang didasarkan pada pemberdayaan dan berbagi (Noventa dkk, 2023).

Peneliti menemukan bahwa artefak budaya yang ada di akun Instagram @fiqri\_fox adalah hasil dari strategi fiqri untuk membagikan konten dengan nilai-nilai videografi dan penataan lighting sebagai sumber informasi di media sosial, khususnya di Instagram. Faktor-faktor seperti relevansi dan konsistensi adalah yang mendorong videographer untuk menggunakan Instagram.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform efektif dalam menyediakan informasi terkait pencahayaan (lighting) bagi videografer. Studi etnografi virtual pada akun Instagram @fiqri\_fox menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang untuk berbagi portofolio, tetapi juga sebagai sarana edukasi interaktif. Akun tersebut memanfaatkan konten visual, seperti video tutorial, infografis, dan behind-the-scenes, untuk memberikan pemahaman yang praktis mengenai teknik pencahayaan. Selain itu, keterlibatan aktif dengan pengikut melalui komentar dan sesi tanya jawab menambah nilai edukatif dari media sosial sebagai sumber belajar.

Kemudahan akses dan sifat real-time dari Instagram menjadikannya alat yang efektif untuk menjangkau videografer dengan berbagai tingkat keahlian, mulai dari pemula hingga profesional. Konten yang disajikan oleh @fiqri\_fox tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan tren dan kebutuhan industri saat ini. Studi ini menegaskan bahwa media sosial dapat berperan sebagai alternatif platform pembelajaran informal yang efektif, di mana teori dan praktik dapat disajikan secara seimbang.

Untuk memaksimalkan potensi media sosial sebagai media informasi bagi videografer, akun seperti @fiqri\_fox disarankan untuk terus mengembangkan variasi konten, termasuk kolaborasi dengan profesional lain di bidang videografi. Selain itu, pengembangan kursus online berbasis Instagram dapat menjadi inovasi untuk memperdalam pembelajaran, misalnya melalui penggunaan fitur seperti Instagram Live dan Highlights. Pihak lain, seperti akademisi atau lembaga pelatihan, juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengintegrasikan penggunaan media sosial dalam kurikulum atau modul pelatihan mereka. Dengan pendekatan yang lebih terstruktur, media sosial dapat menjadi bagian penting dalam membangun ekosistem pembelajaran yang lebih inklusif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan industri kreatif.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., & Rachma, I. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Damayanti, R. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Raadhii Achmad Prwairakusumah, Weni A. Arindawati, Oky Oxygentry. (2024). Media Sosial sebagai Media Informasi Videografi Bagi Generasi Z: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Urrofi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Jakarta: Nuansa Cendekia.
- Santoso, G. &. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian secara online pada generasi di indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 239.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.