

FUNGSI MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN YANG BERBASIS DAKWAH DALAM MENGHADAPI MARAKNYA KONTEN NEGATIF

Nuvy Amarosa

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

ABSTRAK

Media sosial adalah salah satu bukti dari perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Namun terkadang komunikasi di media sosial ini dapat menjadi salah satu ajang untuk berbuat tidak baik kepada orang lain. Salah satunya adalah dengan menyebarkan isu negatif berupa ujaran kebencian dan juga penyebaran informasi-informasi palsu. Oleh karena itu selain memiliki dampak positif, media sosial pun memiliki dampak negatif bagi penggunanya.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana suatu perusahaan yang berbasis dakwah dapat menjalankan fungsi manajemen media sosial dalam menghadapi konten negatif di media sosial yang dikelola oleh PT Manajemen Qolbu Digital. Hal ini akan menfokuskan bagaimana pengelolaan dan strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan PT Manajemen Qolbu Digital dalam menghadapi konten negatif berdasarkan teori Henry Fayol yaitu bagaimana proses perencanaannya? proses organisasinya? proses pengarahannya? proses pengoordinasinya? dan proses pengawasannya?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa data pada penelitian kualitatif lebih difokuskan dengan reduksi data, sajian data, penarikan simpulan dan verifikasi. Selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Hasil penelitian ini yaitu adalah bahwa PT Manajemen Qolbu Digital menerapkan teori fungsi manajemen Henry Fayol dalam menjalankan suatu proses penanggulangan konten negatif di media sosial Aa Gym. Konten negatif yang dimaksud adalah ujaran kebencian dan konten informasi palsu atau hoax. Sehingga dibentuklah strategi penanggulangan konten negatif yaitu dengan memperbanyak konten positif yang disukai oleh pengikut, menghapus konten negatif di media sosial, serta memblokir akun yang ikut menyebarkan konten negatif tersebut.

Kata kunci: Media Sosial, Konten Negatif

FUNCTIONS OF SOCIAL MEDIA MANAGEMENT IN DAKWAH-BASED COMPANIES IN DEALING WITH THE LOTS OF NEGATIVE CONTENT

Nuvy Amarosa

Sangga Buana University YPKP Bandung

ABSTRACT

Social media are one of the evidence of technological developments that have a big role in making it easy for humans to communicate and socialize. However, sometimes communication on social media can be an opportunity to do bad things to others. One of them is by spreading negative issues in the form of hate speech and also spreading false information. Therefore, apart from having a positive impact, social media also have a negative impact on their users.

The main problem in this study is how a da'wah-based company can carry out the function of social media management in dealing with negative content on social media managed by PT Management Qolbu Digital. This will focus on how the management and strategy will be carried out by the PT Management Qolbu Digital company in dealing with negative content based on Henry Fayol's theory, namely, what is the planning process?, organizational process?, directing process?, coordinating process?, and monitoring process?.

This study used a descriptive qualitative method. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis in qualitative research is more focused on data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification. During the process in the field along with data collection.

The results of this study are that PT Manajemen Qolbu Digital applies Henry Fayol's theory of management functions in carrying out a process of dealing with negative content on Aa Gym social media. The negative content in question is hate speech and hoax content. So, a strategy for dealing with negative content was formed, namely by increasing the positive content liked by followers, deleting negative content on social media, and blocking accounts that participated in spreading the negative content.

Keywords: Social Media, Negative Content