

ABSTRAK

Narasi sebagai media berbentuk bisnis platform melibatkan pengguna (kolaborator) dalam produksi konten Ilustrasi di @narasi.ecosystem sejak tahun 2019. Pada pelaksanaannya, manajemen media dihadapkan dengan kendala pengelolaan sumber daya kolaborator dan ketersediaan proyek konten, kerangka kerja sama, dan utilisasi kolaborator sebagai produser konten. *Co-creation* antara Narasi dengan kolaborator bersifat transaksional dan merupakan kerja sama baru dengan ilustrasi sebagai komoditas di Instagram. Hal ini menjadi menarik untuk mengeksplorasi dinamika penerapan fungsi manajemen media pada *co-creation* konten ilustrasi dalam limitasi ekosistem media sosial. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan paradigma konstruktivisme. Analisis dilakukan dengan mengimplementasikan konsep manajemen media Albarran (2010), *co-creation* Bhalla (2011) dan produksi konten media Malmellin & Villi (2017). Hasil wawancara dengan manajemen media Narasi ditemukan bahwa Narasi melakukan revitalisasi organisasi untuk mencapai efisiensi koordinasi pada dimensi unit, fungsi dan manajerial. Fragmentasi proyek dan hierarki kolaborator berkontribusi bagi manajemen dalam pengorganisasian produksi konten bersama. Kolaborasi produksi konten ilustrasi memberikan keuntungan besar bagi manajemen seperti sumber daya, jangkauan, dan kebaruan dalam sistem kerja sama. Fleksibilitas sistem kerja sama tidak mengikat kolaborator sebagai pekerja, dan tidak menuntut Narasi dalam mengakomodasi kebutuhan pekerja. Penataan sistem yang fleksibel ini membuat kesenjangan dalam ruang negosiasi, keterbukaan informasi, transparansi kerja, dan kuasa atas kepemilikan karya ilustrasi.

Kata Kunci: Manajemen Media, *Co-Creation*, Kolaborator, Produksi, Konten

ABSTRACT

Narasi as a media in the form of a platform business involves users (collaborators) in the production of Illustration content on @narasi.ecosystem since 2019. In its implementation, media management is faced with constraints on managing collaborator resources and the availability of content projects, cooperation frameworks, and the utilization of collaborators as content producers. Co-creation between Narasi and collaborators is transactional and is a new collaboration with illustration as a commodity on Instagram. It is interesting to explore the dynamics of the application of media management functions in the co-creation of illustrative content within the limitations of the social media ecosystem. This research uses the case study method with the constructivism paradigm. The analysis was conducted by implementing the concepts of media management Albarran (2010), co-creation Bhalla (2011) and media content production Malmellin & Villi (2017). The results of interviews with Narasi media management found that Narasi revitalized the organization to achieve coordination efficiency in unit, function and managerial dimensions. The fragmentation of the project and the hierarchy of collaborators contribute to management in organizing the production of shared content. Collaborative production of illustrative content provides great advantages to management such as resources, reach, and novelty in the cooperation system. The flexibility of the cooperation system does not bind collaborators as workers, and does not demand Narasi in accommodating workers' needs. This flexible system arrangement creates gaps in negotiation space, information disclosure, transparency of work, and power over ownership of illustration works.

Keywords: Media Management, Co-Creation, Collaborators, Production, Content