

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi berperan penting dalam proses interaksi, seperti pentingnya interaksi antara pehumas (pejabat hubungan masyarakat) dengan publiknya. Menurut Grunig (Andipate 2020:92) Humas adalah manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dengan masyarakatnya. Tak mungkin tercipta hubungan antara perusahaan dengan publiknya tanpa komunikasi. Komunikasi dalam kehidupan manusia telah banyak melalui perkembangan. Kini tidak hanya dalam bentuk media cetak, tetapi juga dalam bentuk media *online*, seperti memanfaatkan teknologi internet (*international networking*).

Komunikasi melalui teknologi internet dapat menjangkau massa lebih luas dengan menggunakan media massa. Menurut Arifin (Andipate 2020:104) komunikasi massa adalah penyebaran pesan kepada khalayak melalui media massa. Dalam hal ini, media sangat penting bagi Humas, terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak dengan cepat dan lebih luas. Menurut Bungin (Nugroho & Santoso 2019:56) media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal. Perkembangan media massa di era digital memunculkan media baru (*new media*) yang terhubung ke dalam jaringan melalui internet. Penggunaan media internet ini dalam kegiatan Humas semakin memiliki urgensi dalam masyarakat informasi. Melalui internet, kegiatan Humas dapat terlaksana dengan melibatkan banyak orang, tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi. Menurut Utami (2021:8) karakter media baru yang lebih fleksibel menjadi pilihan bagi semua orang. Kemudahan dalam mengakses media baru mempengaruhi masyarakat dalam mencari informasi melalui media tersebut. Media sosial salah satu bagian dari media baru.

Media sosial saat ini menjadi salah satu yang banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Menurut survei data *Hootsuite (we are social)* pengguna media sosial aktif di Indonesia tahun 2022 sebanyak 191.4 juta jiwa atau 68.9% dari jumlah populasi di Indonesia. Kemudahan dalam mendapatkan informasi dan berbagai fitur yang menarik menjadikan media sosial semakin digemari oleh para penggunanya. Menurut Sterne (Pratama 2020:2) media sosial adalah sebagai sebuah *platform* pada perangkat komputer dan *mobile* yang bertujuan untuk membuat pengguna komputer dan internet dapat dengan mudah berbagi informasi dan memperoleh informasi secara *online*.

Salah satu *platform* yang kini tengah populer yaitu Instagram. Menurut survei data *Hootsuite (we are social)* pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 84.8% dari jumlah populasi, menempati nomor urutan kedua setelah WhatsApp. Instagram merupakan media sosial kategori *picture sharing* yang menyediakan kemudahan para penggunanya untuk mengunggah file gambar digital ke internet melalui halaman web (*website*) atau melalui aplikasi *mobile* (Pratama 2020:129). Media komunikasi ini diperlukan karena menjadi sarana yang sangat penting dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik.

Kini penggunaan media sosial khususnya Instagram telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak, bukan hanya untuk kepentingan pribadi saja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Namun, turut dimanfaatkan oleh banyak instansi, seperti instansi pemerintah, organisasi, dan perusahaan. Kemampuan media sosial dalam menyebarkan informasi dengan cepat, mudah, dan luas membuat instansi banyak memanfaatkan teknologi ini. PT Pupuk Kujang salah satu perusahaan yang juga turut menjalankan fungsinya untuk menyampaikan informasi menggunakan media sosial khususnya Instagram.

Indonesia negara agraris dengan mata pencaharian mayoritas penduduknya adalah petani. PT Pupuk Kujang berkontribusi dan mensukseskan program pemerintah untuk menjaga ketahanan pangan nasional, serta meningkatkan kesejahteraan para petani. PT Pupuk Kujang merupakan salah satu anak perusahaan dari BUMN PT Pupuk Indonesia, sebagai industri kimia dan pendukung pertanian yang berdaya saing dalam skala nasional. Posisi strategis perusahaan yang terletak di provinsi Jawa Barat sebagai lumbung padi nasional ini, tentu harus ditunjang dengan pasokan pupuk yang memadai sehingga ketahanan pangan nasional dapat terjamin. Dalam hal ini, Humas PT Pupuk Kujang memberikan informasi pada platform Instagram bukan hanya mengenai pupuk sebagai produknya. Melainkan, turut memberikan edukasi dan informasi mengenai pertanian sebagai wujud hubungan komunikasi eksternal dengan publiknya. Humas sangat memerlukan hubungan yang baik dengan masyarakat sebagai upaya membentuk dan menjaga citra positif.

Organisasi atau perusahaan menggunakan media massa untuk menjaga reputasinya, dengan reputasi dan hubungan relasi yang baik akan menciptakan kepercayaan khalayak terhadap suatu lembaga (Nugroho & Santoso 2019:4). Salah satunya melakukan komunikasi dengan publik eksternal secara informatif dan persuasif. Secara informatif yaitu informasi yang disampaikan harus jujur, teliti, dan berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian sehingga timbul rasa tertarik.

Menurut Iriantara (Nugroho & Santoso 2019:54) kebutuhan media adalah informasi. Informasi menjadi santapan keseharian bagi masyarakat informasi untuk memperluas wawasan. Menarik minat khalayak untuk mengunjungi akun pengguna, perlu memberikan informasi atau konten yang informatif, edukatif, dan menghibur. Media saat ini harus siap berkompetisi dari berbagai aspek, terutama dalam hal membuat konten di Instagram. Setiap pengguna akun dapat memproduksi konten-konten yang menarik dan dapat menjangkau target khalayaknya.

Instagram PT Pupuk Kujang memiliki banyak jenis konten yang tentunya dirancang untuk target khalayaknya. Salah satu kontennya adalah Kujang Pedia yang memberikan pengetahuan tentang hal-hal pertanian dan terkait produk-produk PT Pupuk Kujang. Konten ini dikemas dalam bentuk mini blog, kemudian dituangkan dalam bentuk infografis. Dalam penulisan konten ini banyak hal yang harus diperhatikan mulai dari pemilihan kata, penentuan *headline*, pemilihan konten yang akan dikaji, dan lain sebagainya. Menurut Jenkins (Nasrullah 2017:31) beberapa sektor industri media melibatkan khalayak yang aktif sebagai perpanjangan tangan pemasaran mereka. Oleh karena itu, komunikasi tulisan dalam hal penulisan konten perlu diperhatikan dan tidak boleh sembarangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek?
- 2) Bagaimana proses penulisan konten Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek?
- 3) Apa hambatan dan solusi dalam proses penulisan konten Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek?

Tujuan

Laporan Akhir ini dibuat dengan adanya beberapa tujuan yang diperoleh. Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas, tujuan yang dibahas antara lain:

- 1) Menjelaskan pemanfaatan media sosial Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek.
- 2) Menjelaskan proses penulisan konten Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses penulisan konten Instagram PT Pupuk Kujang Cikampek.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini dilaksanakan di PT Pupuk Kujang yang berlokasi di Jalan Jendral Ahmad Yani No.39 Cikampek, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, 41373. Posisi strategis perusahaan yang terletak di Provinsi Jawa Barat dan berdekatan dengan Ibu Kota DKI Jakarta menjadi salah satu tantangan tersendiri. Namun, mengingat Jawa Barat sebagai lumbung padi nasional harus ditunjang dengan pasokan pupuk yang memadai sehingga Ketahanan Pangan Nasional dapat terjamin.

Waktu pengumpulan data ini berlangsung selama 41 hari kerja terhitung sejak 31 Januari 2022 dan berakhir pada 31 Maret 2022 mulai pukul 07.00 hingga 16.00 WIB disesuaikan dengan jam kerja. Jadwal libur dua kali dalam seminggu, yaitu hari Sabtu dan Minggu. PKL dilakukan dengan sistem kerja *work from home*.

Data dan Instrumen

Data merupakan bahan penting untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dan digunakan dalam mencapai tujuan, serta menjawab permasalahan yang diangkat pada penyusunan Laporan Akhir. Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk Laporan Akhir meliputi: