



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berkembangnya teknologi saat ini menjadi salah satu bukti nyata kemajuan peradaban masyarakat. Teknologi telah memberikan manfaat yang luar biasa dalam kehidupan. Di sisi lain, hal tersebut menimbulkan beberapa perubahan yang cukup signifikan, terutama dalam bidang komunikasi. Komunikasi menurut Priatna *et al.* (2019:9) merupakan proses penyajian informasi berupa pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak kepada pihak yang lain dan saling mempengaruhi di antara keduanya. Dimana inti dari proses komunikasi ini adalah untuk menciptakan satu tujuan yang sama antara *sender* dan *receiver*. Seiring perkembangan zaman, informasi dapat dengan mudah untuk didapatkan salah satunya adalah melalui kehadiran internet.

Internet menawarkan kecepatan dan kemudahan akan pemenuhan kebutuhan informasi. Sejak awal, internet telah menyediakan proses komunikasi dan pertukaran informasi di seluruh dunia, dimana komputer akan saling terhubung melalui jaringan dan pertukaran informasi terjadi (Alyusi, 2016:27). Adanya pertumbuhan pengguna internet juga, menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber informasi yang utama dalam kehidupan masyarakat yang dapat digunakan sebagai media untuk berkomunikasi antar sesama. Media sosial sendiri menurut Romli (2018:108) adalah media *online* yang memungkinkan pengguna dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berbagai inovasi yang terus diciptakan inilah, yang akan menjadikan media sosial yang merupakan bagian dari media baru ini sangat digemari oleh masyarakat dimanapun. Istilah media baru tersebut juga mengacu pada media digital yang bersifat interaktif dengan mengelompokkan komunikasi dua arah, serta beberapa bentuk komputasi (Nugroho, 2020:30).

Dewasa ini, media sosial telah memberikan kesempatan kepada seluruh masyarakat global untuk dapat bertemu dan berkolaborasi tanpa adanya batasan tertentu. Prajarini (2020:1) mengatakan dengan munculnya *website*, *email*, forum, *chat room*, dan blog, komunikasi terjadi secara dua arah, dan dengan adanya fitur berbalas pesan, media ini dapat menarik perhatian masyarakat luas. Adanya perhatian yang diberikan masyarakat terhadap hal inilah yang akhirnya membuat media sosial menjadi suatu kebutuhan utama pada setiap lapisan masyarakat di dunia. Kondisi ini pun tanpa sadar telah membuat seolah-olah dunia dapat dijangkau dengan mudah hanya melalui genggaman tangan saja.

Instagram merupakan contoh media sosial yang hingga saat ini banyak digemari oleh masyarakat di dunia, termasuk masyarakat Indonesia sendiri. Menurut *datareportal.com* pada bulan Februari 2022 lalu, Instagram berada di posisi kedua sebagai media sosial yang banyak digunakan dengan persentase 22,9 persen, dengan Whatsapp yang berada di posisi pertama dan Facebook berada di posisi ketiga. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi melalui kegiatan berbagi foto, video, hingga tulisan kepada pengguna lainnya. Kegiatan interaksi pada media sosial Instagram ini tentunya didukung dengan fitur canggih yang tersedia di dalamnya, membuat masyarakat pun mudah untuk menggunakannya.

Saat ini, Instagram tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi saja, tetapi sudah semakin marak dimanfaatkan oleh berbagai pihak perusahaan dalam menyampaikan informasi, salah satunya adalah PT Cybertrend Intrabuana. Melalui

penggunaan media sosial sebagai salah satu usaha *branding* yang dilakukan inilah, perusahaan dapat dengan mudah untuk mengenalkan lebih jauh identitasnya kepada khalayak luas.

Hadirnya akun Instagram bernama @lifeatcybertrend di bawah pengelolaan Departemen *Human Capital Service* inilah informasi terkait dunia pekerjaan maupun perusahaan akan di-*posting* dan dibagikan melalui konten informatif dan kreatif yang dapat dinikmati oleh para pengikutnya. Pengelolaan terhadap konten tersebut pun turut dilakukan untuk memastikan bahwa nantinya konten yang telah diproduksi dapat disebarluaskan sesuai dengan tujuan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, beberapa rumusan masalah yang dibahas dalam laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Departemen *Human Capital Service*?
2. Bagaimana proses pengelolaan konten media sosial Instagram Departemen *Human Capital Service* di PT Cybertrend Intrabuana?
3. Apa saja hambatan dan solusi dalam pengelolaan konten Instagram Departemen *Human Capital Service*?

Tujuan

Pembuatan laporan akhir ini memiliki beberapa tujuan yang merujuk pada rumusan masalah yang akan dibahas. Tujuan dari laporan akhir tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Departemen *Human Capital Service*.
2. Menjelaskan proses pengelolaan konten media sosial Instagram Departemen *Human Capital Service* di PT Cybertrend Intrabuana.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi dalam pengelolaan konten Instagram Departemen *Human Capital Service*.

METODE

Lokasi dan Waktu

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh selama melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Cybertrend Intrabuana yang beralamat di Jl. Kencana Terusan No. 9, RT/RW 08/03, Cilandak Timur, Kecamatan Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560. PKL dilakukan secara *online* selama dua bulan terhitung sejak tanggal 09 Februari 2022 sampai dengan 10 April 2022, setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja yang dimulai pada pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data menjadi sebuah bahan yang dibutuhkan untuk membantu menjawab sebuah permasalahan yang ada. Data yang diperoleh dalam menyusun laporan akhir ini adalah sebagai berikut: