



# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Manusia tidak pernah lepas dari komunikasi, karena kodrat manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat pula umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan (Sitorus, 2020:32). Kebutuhan manusia dari tahun ke tahun terus bertambah sehingga teknologi dan ilmu pengetahuan juga harus terus berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan manusia. Perkembangan tersebut memunculkan kehadiran media baru. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke 20. Sebagian teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak (Sutopo, 2019:130).

Gaya hidup praktis semakin dikenal dan banyak menghiasi kehidupan manusia modern saat ini. *Internet* merupakan jawaban dari kehidupan praktis tersebut. *Internet* menyediakan segalanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan mempercepat pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi *internet* mendorong semakin maraknya penggunaan media sosial sebagai medium komunikasi. Media sosial merujuk pada adanya teknologi digital, jejaring sosial, serta menekankan pada adanya interaksi diantara pengguna. Media sosial merupakan salah satu inovasi menggunakan *internet*. Pengguna media sosial semakin meningkat, seiring dengan tumbuhnya pengguna *internet* dan perangkat komunikasi bergerak. Data *We are social Hootsuite* yang dirilis Januari 2020 menyatakan dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272,1 juta jiwa, 175,4 juta diantaranya diketahui menggunakan *internet*, dan 160 juta pengguna *internet* tersebut merupakan pengguna aktif media sosial. Era digital pada masa kini, masyarakat dihadapkan dengan suatu kemudahan yang mampu merubah beberapa hal menjadi kebiasaan atau pola yang baru, salah satunya adalah hadirnya media sosial yang mampu merubah banyak pola dalam kehidupan masyarakat. Clayman (dalam Lestari, 2019:2) mengatakan bahwa pengertian dari media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

Agensi Buka Project merupakan salah satu media *creative* yang juga memanfaatkan dan menyesuaikan diri dengan media sosial. Beragam cara untuk dapat merambah para *client* Buka Project, maka harus terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman dan salah satu nya adalah keranah media sosial. Informasi dan konten menarik selalu disediakan di media sosial bisnis milik para *client* untuk tetap dapat merambah khalayak luas. Dalam hal ini admin media sosial sangat berperan penting sekaligus yang bertanggung jawab dengan aktivitas yang terjadi melalui media sosial. Peran admin media sosial memiliki andil yang besar karna berada ditahap akhir sebelum di publikasi ke khalayak luas. Hal-hal yang dipublikasikan di media sosial pun harus sesuai dengan khalayak pasar dan mengikuti apa yang sedang tren saat ini. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri dan membutuhkan banyak inovasi baru untuk dapat menyita perhatian publik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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



## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dari topik yang dibahas yakni sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pemanfaatan Instagram oleh admin Buka Project sebagai media promosi *client*?
- 2) Bagaimana peran admin Instagram Buka Project terhadap pengelolaan konten di media sosial Instagram *client*?
- 3) Apa hambatan dan solusi dalam mengelola media sosial Instagram *client* saat publikasi konten?

## Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dalam Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Menjelaskan pemanfaatan Instagram oleh admin Buka Project sebagai media promosi *client*.
- 2) Menjelaskan peran admin Instagram Buka Project terhadap pengelolaan konten di media sosial Instagram *client*.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam mengelola media sosial Instagram *client* saat publikasi konten.



## METODE

### Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dalam penyusunan Laporan Akhir ini diperoleh pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung di Agensi Buka Project yang terletak di Jl. Drupada 6 No.3 Bogor Utara, Kec. Tegal Gundil, Kota Bogor. Waktu pengumpulan data berlangsung selama dua bulan terhitung sejak tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan 1 April 2022. Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan setiap hari Senin hingga Sabtu, dimulai pukul 09.00 sampai dengan 17.00 WIB

### Data dan Instrumen

Alat bantu yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan adalah data dan instrumen. Data dapat didapatkan secara langsung atau tidak langsung untuk dijadikan sumber untuk menjawab permasalahan. Instrumen menjadi alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam pengumpulan data.

- 1) Data Primer  
Data Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber data utama di lapangan melalui wawancara dengan pihak yang berhubungan dengan topik pembahasan. Data yang digunakan adalah wawancara dengan bagian Admin Media Sosial di Agensi Buka Project serta diskusi dengan pihak terkait lainnya.
- 2) Data Sekunder  
Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder dapat disebut sebagai sumber kedua