



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.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu ingin melakukan komunikasi dengan manusia lainnya. Komunikasi sudah dilakukan manusia ketika pertama kali dilahirkan melalui gerak tubuh dan tangisan. Ketika beranjak dewasa, komunikasi digunakan untuk menjalin interaksi atau hubungan dengan sesama manusia dilakukan dengan lebih luas lagi yakni menggunakan bahasa verbal dan non verbal. Menurut Oktarina, *et al* (2017:1) secara umum komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan yang disampaikan seseorang (komunikator) kepada lawan bicaranya (komunikan) atau komunikasi dapat dikatakan juga sebagai suatu proses pengoperan pesan dari individu kepada individu lain, dari individu ke suatu kelompok kecil (*small group*) maupun kelompok besar (*large group*).

Seiring berkembangnya zaman teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat mulai bergeser dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern, tentunya pola komunikasi masyarakat juga akan berubah. Menurut Nurudin (2017:33) dahulu masyarakat mengandalkan komunikasi tatap muka dan komunikasi kelompok sebagai pola komunikasi yang paling diandalkan, namun, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat, saat ini masyarakat sangat mengandalkan peralatan modern seperti televisi, radio, dan media sosial untuk mendukung proses komunikasi tersebut.

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Menurut Nasrullah (2016:1) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah. Namun, media saat ini tidak hanya banyak dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis mediana mulai dari cetak, *audio*, *visual*, *audio-visual*, hingga *online*.

Menurut Syuderajat (2017:82) internet merupakan media komunikasi yang menggantikan prinsip kerja komunikasi tatap muka. Dengan internet, komunikasi yang terjadi pun menjadi tidak terbatas dan menjadi halangan untuk berkomunikasi dengan orang banyak. Saat ini telah banyak perkembangan dan beragam media sosial yang populer di tengah masyarakat. Beberapa situs media sosial yang menjadi *trend* di antaranya Facebook, Instagram, Youtube, Blog, Path, Twitter dan Instagram merupakan media sosial milik Facebook, Inc. yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk gambar maupun video. Fitur-fitur serta tampilan dari sosial media ini cukup mudah untuk digunakan. Oleh karena itu, banyak digunakan oleh khalayak luas berbagai umur.

Divisi *Business, Government, and Enterprise Service* (BGES) adalah salah satu divisi yang berada pada PT. Telkom Witel Bogor. Divisi BGES adalah unit yang bekerja dalam bidang marketing untuk menjembatani dalam memenuhi kebutuhan barang atau jasa berbasis Telekomunikasi.



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

Pembuatan konten Instagram divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor dibuat secara inovatif dan juga kreatif. Tidak hanya dalam bentuk teks dan gambar tetapi juga berupa artikel, video, peringatan hari-hari penting, dan game interaktif. Kecepatan penyebaran informasi akan membuat khalayak tertarik berkontribusi dalam melakukan timbal balik baik itu berupa pendapat, keingintahuan maupun berbagi informasi secara terbuka. Dengan media sosial, divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor tidak hanya menggunakannya untuk berinteraksi, tetapi juga digunakan untuk melihat peluang secara bisnis melalui *insight*. Hasil *insight* yang diberikan oleh media sosial *instagram* dibentuk sebagai kesimpulan untuk meningkatkan konten yang diberikan dan mengikuti keinginan pengikutnya.

PT. Telkom Indonesia merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri pada tahun 1965. Saat ini PT. Telkom Indonesia bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor membutuhkan media informasi untuk membagikan informasi kepada khalayak eksternal dan internal.

Divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor menggunakan Instagram sebagai jaringan untuk mempermudah khalayak dalam mendapatkan informasi seputar perusahaan, seperti jasa dan produk yang dimiliki oleh PT. Telkom Witel Bogor. Divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor mengelola Instagram divisi perusahaan dengan menyajikan konten yang berupa foto, desain dan video yang relevan dengan divisi perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diangkat pada Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengelolaan media sosial Instagram divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor?
2. Apa saja hambatan dan solusi dalam proses pengelolaan media sosial Instagram divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan bagaimana proses pengelolaan media sosial Instagram divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor.
2. Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses pengelolaan media sosial Instagram divisi BGES PT. Telkom Witel Bogor.