

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan manusia lainnya untuk berkomunikasi. Pertukaran informasi pun menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Menurut Saleh (2021) komunikasi adalah peristiwa penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui tahapan proses, media atau alat sehingga menimbulkan efek atau pengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dapat terjadi secara dua arah sehingga menimbulkan *feedback* yang cepat dan tepat. Saat ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi hal penting terutama dalam bidang penyampaian informasi berbasis internet. Hadirnya media berbasis internet atau media *online* menunjukkan adanya perubahan atau pergeseran penggunaan media komunikasi oleh komunikan yang semula berkomunikasi menggunakan media elektronik dan cetak, kini menjadi media baru atau *new media* berbasis internet sehingga komunikan dapat mengakses informasi dalam berbagai bidang melalui media sosial.

Media sosial menurut Boyd dalam Nasrullah (2021) menjelaskan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial dapat menjadi medium bagi pengguna untuk mengakses informasi, penghubung antara komunikan dan komunikator. Meningkatnya pengguna media sosial berpengaruh terhadap cepat, tepat dan efisienya suatu informasi. Menurut *Data Reportal*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari 2022 dapat mencapai 204,7 juta orang. Adapun tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi awal tahun. Hal ini menunjukkan banyaknya informasi yang dimuat di dalam media sosial. Penggunaan media sosial sering digunakan berbagai macam kebutuhan, seperti *platform* bisnis, pembentukan *product branding*, *personal branding* dan *corporate branding* yang akhirnya memerlukan seorang kreator yang bertugas untuk merancang suatu ide atau konsep hingga mengimplikasinya ke dalam media digital.

Kreator berasal dari Bahasa Inggris *creator* artinya menciptakan sesuatu atau pencetus gagasan (KBBI), salah satunya kreator konten atau *content creator*. *Content creator* memiliki peran penting dalam proses penyampaian informasi melalui media sosial karena tugas dan fungsinya yang menciptakan suatu ide baru yang dirancang untuk dijadikan konten video atau foto sehingga informasi dapat tersampaikan dengan tepat dan bersifat persuasif. Setiap perusahaan pasti membutuhkan seorang *content creator* untuk membangun dan menjaga citra positif dari perusahaan tersebut, salah satunya Bandar Udara Soekarno-Hatta. Bandar Udara Internasional Soekarno-hatta merupakan sebuah bandar udara utama yang melayani penerbangan untuk Jakarta, Indonesia. Bandar udara ini diberi nama sesuai dengan nama dwitunggal tokoh proklamator kemerdekaan Indonesia, Soekarno dan Mohammad Hatta. Bandar Udara Soekarno-Hatta bergerak di bidang penerbangan baik dalam dan luar negeri. Bandar udara ini mulai beroperasi pada tanggal 31 Maret 1985.



Bandar Udara Soekarno-Hatta yang bergerak di bidang transportasi penerbangan ini pun tidak terlepas dari pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, TikTok, Twitter dan YouTube. Media sosial Bandar Udara Soekarno-Hatta membutuhkan peran kreator dalam pembuatan konten baik berupa gambar, video maupun tulisan. Konten yang bersifat mengajak dan kreatif pun sangat dibutuhkan dalam membangun citra positif perusahaan dan menarik perhatian dari pengguna media sosial.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini:

- 1) Bagaimana peran *content creator* Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial?
- 2) Bagaimana proses pembuatan konten media sosial Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi dalam proses pembuatan konten Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dalam laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran *content creator* Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial.
- 2) Menjelaskan proses pembuatan konten media sosial Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses pembuatan konten Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam penyebaran informasi melalui media sosial.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dalam menyusun Laporan Akhir ini dilaksanakan di Kantor Cabang Utama Bandar Udara Soekarno-Hatta yang berlokasi di Gedung 601 Bandara Internasional Soekarno-Hatta, Tangerang Banten PO Box 1245. Waktu pengumpulan data ini berlangsung selama 40 hari kerja terhitung sejak 01 Februari 2022 dan berakhir pada 01 April 2022 mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dengan sistem kerja *work from office* dan *work from home*.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen berperan penting dalam proses penyusunan Laporan Akhir. Data dan instrumen memiliki fungsi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan dan menjawab permasalahan yang diangkat. Adapun jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk Laporan Akhir ini ialah :