



## **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK(ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP AKUN @ALFAMARTGEMABUDAYA)**

**Navyani Ainul Husnah, Eka Yusuf, Weni Adityasning Arindawati**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

### **Abstrak**

Tingginya tingkat penggunaan internet dan media sosial di Indonesia khususnya para pengguna Instagram yang kini menjadi peringkat kedua sebagai sosial media yang paling banyak digunakan. Perkembangan tersebut dapat menjadi peluang yang baik bagi kemajuan beberapa industri. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk yang merupakan salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia juga memanfaatkan Instagram sebagai media informasi perusahaannya. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @alfamartgemabudaya sebagai media informasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @alfamartgemabudaya sebagai media informasi dengan menggunakan teori kekayaan media (Media Richness Theory) yang terdiri dari kesegeraan informasi, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi partisipan, dokumentasi dan studi literatur. Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @alfamartgemabudaya mampu melakukan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dengan baik hal ini dapat dilihat dari kesesuaian pada empat kriteria dalam teori kekayaan media, walaupun demikian masih harus konsisten serta meningkatkan kembali agar semakin baik kedepannya.

**Kata Kunci:** Instagram, Teori Kekayaan Media, Media Informasi.

## PENDAHULUAN

PT Sumber Alfaria Trijaya TBK adalah salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia, PT Sumber Alfaria Trijaya TBK atau yang lebih dikenal dengan merk dagang Alfamart, telah memiliki 32 cabang di seluruh Indonesia, dengan jumlah total karyawan mencapai sekitar 120.000 orang lebih. Saat ini juga PT Sumber Alfaria Trijaya TBK telah melakukan ekspansi ke negara lain, yaitu Filipina (Alfamart.co.id, 2020). Dengan banyaknya karyawan yang dimiliki dan tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia, maka cakupannya sangat besar dan luas. Oleh karena itu, penyebaran informasi menjadi poin penting bagi perusahaan.

Pada saat ini PT Sumber Alfaria Trijaya TBK memanfaatkan media sosial instagram sebagai media informasi perusahaannya, PT Sumber Alfaria Trijaya TBK memiliki akun instagram yang diberi nama @alfamartgemabudaya dengan jumlah pengikut 97 ribu lebih. Dalam akun tersebut menyajikan konten yang mengandung nilai-nilai budaya kerja perusahaan dengan cara yang menarik serta informatif. Mayoritas dari pengikut akun instagram tersebut adalah para karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK karena akun tersebut memang dikhususkan untuk para karyawan namun terdapat pula beberapa orang yang ingin bekerja di perusahaan tersebut juga mengikuti akun @alfamartgemabudaya.



Dalam unggahan pada tanggal 11 April 2022 akun tersebut mengunggah

tentang kode etik *Accountability*, yaitu menjalankan pengelolaan perusahaan secara benar, terukur ditujukan melalui kejelasan tugas, tanggung jawab dan perannya di masing-masing fungsi. Unggahan tersebut dimunculkan oleh akun @alfamartgemabudaya dengan menampilkan gambar *meme*, seorang karyawan yang menekan dua tombol secara bersamaan, di dalam tombol tersebut terdapat dua tulisan yang berbeda dengan makna yang sama.

Tombol pertama bertuliskan "Menggunakan fasilitas kantor sebagaimana mestinya", dan tombol kedua bertuliskan "Selalu mengikuti *training* dengan baik". *Meme* tersebut mengandung makna tentang tanggung jawab serta tugas yang harus dilaksanakan dengan baik oleh setiap karyawan.

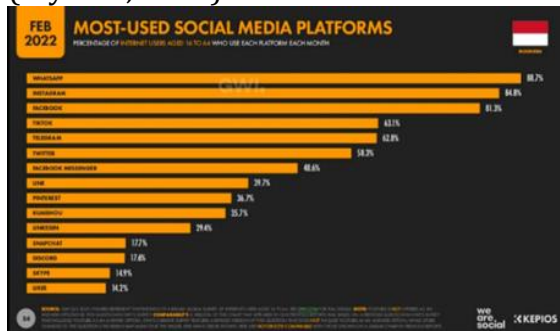
Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Michael Christian Handoyo selaku *social media specialist* di PT Sumber Alfaria Trijaya TBK yang membuat konten di atas, beliau menjelaskan bahwa tujuannya mengunggah konten tersebut ialah untuk mengedukasi dan mengingatkan karyawan Alfamart, bagaimana cara menjadi karyawan yang baik dan semestinya agar seluruh karyawan Alfamart tidak sekadar menjadi karyawan yang biasa melainkan menjadi karyawan yang berkualitas. Setelah dilihat efektivitas dari unggahan tersebut, memang banyak cara yang telah dilakukan oleh perusahaan melalui akun tersebut guna mengingatkan para karyawan untuk bertindak sesuai dengan rambu-rambu atau kode etik yang telah ditetapkan.

Pemberian informasi dan pembelajaran mengenai budaya kerja dan kode etik perusahaan sudah diberikan sejak masa *training* atau masa persiapan untuk menjadi seorang karyawan. Namun demikian, pada kenyataannya beberapa karyawan melupakan hal-hal dasar tersebut ketika

sudah menjadi karyawan, di sinilah peran media sosial instagram untuk menjadi wadah atau media informasi bagi seluruh karyawan untuk selalu mengikuti, menerapkan serta menjalankan pekerjaannya sesuai dengan aturan yang sudah ditentukan.

Penggunaan sosial media instagram sebagai media informasi menjadi salah satu hal yang menarik, karena pemberian informasinya berbeda dengan cara yang sebelumnya dan tidak membosankan seperti beberapa media lain yang hanya menampilkan tulisan. Media sosial instagram mampu menyajikan konten video, tulisan, hingga gambar. Tidak lupa untuk menggunakan desain yang menarik pula, sehingga para karyawan menjadi lebih mudah untuk menyerap informasi yang diberikan oleh akun tersebut.

Instagram juga menjadi salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia, hal ini diperkuat dengan data yang diungkapkan oleh lembaga *We Are Social* (Riyanto, 2022).



Dari data tersebut menjelaskan bahwa media sosial instagram menduduki posisi kedua setelah *whatsapp* dengan persentase sebesar 84,8 persen. Hal tersebut menandakan bahwa pengguna instagram di Indonesia sangat aktif dan sudah banyak masyarakat yang telah memiliki akun instagram untuk mengakses informasi serta kebutuhan lain yang diperlukan. Jika ditelusuri kembali, saat ini instagram memiliki algoritma yang menarik, karena semakin banyak interaksi dengan suatu

hal yang disukai, maka konten tersebut akan memiliki potensi yang tinggi untuk muncul sehingga pengalaman bermain media sosial instagram terasa lebih menyenangkan karena isi kontennya sesuai dengan apa yang kita mau dan sukai (Prinada, 2021).

Dalam hasil observasi singkat terhadap PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, peneliti menemukan tujuan penggunaan *platform* instagram sebagai media informasi untuk karyawannya dan terdapat dua pencapaian, yang *pertama* adalah pencapaian internal yaitu dengan memberikan informasi seputar budaya kerja, kode etik, penghargaan, hiburan, dan lain-lain kepada karyawannya. *Kedua*, pencapaian eksternal yaitu dengan memberikan gambaran mengenai dunia kerja di PT Sumber Alfaria Trijaya TBK dengan baik. Dari hasil pengamatan sementara, peneliti dapat menemukan rencana penelitian sekaligus memilih PT Sumber Alfaria Trijaya TBK sebagai objek penelitian. Selain itu, peneliti dapat melihat bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan media sosial instagram sebagai media informasi yang target audiensnya adalah karyawan mereka sendiri. PT Sumber Alfaria Trijaya TBK memanfaatkan *platform* instagram sebagai media interaksi informasi kepada karyawan mereka, sehingga seluruh alur komunikasi dan informasi yang digunakan dapat memberikan manfaat yang baik untuk perusahaan maupun karyawan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @alfamartgemabudaya sebagai media informasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk?” menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif guna mendapatkan data dari hasil observasi peneliti dan data tambahan berupa wawancara untuk meminta pendapat kepada karyawan serta penanggung jawab instagram @alfamartgemabudaya

yang dijadikan informan dalam penelitian ini.

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Tujuan dalam penelitian deskriptif adalah guna menguraikan, menjabarkan, menggambarkan serta menjawab secara detail terhadap permasalahan yang diteliti dengan mempelajari suatu individu, kelompok, ataupun peristiwa. Selain itu, penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang mengilustrasikan kondisi ataupun keadaan yang sesungguhnya mengenai objek yang diteliti pada saat penelitian berlangsung. Adapun menurut Sugiyono (2011:21) yang berpendapat bahwa metode deskriptif merupakan metode yang dipergunakan untuk menganalisis atau memproyeksikan suatu hasil penelitian namun tidak dipergunakan membuat suatu kesimpulan secara luas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang memfokuskan perhatian kepada permasalahan sebagaimana adanya saat penelitian dijalankan, disebut deskriptif sebab bertujuan untuk memperoleh pemaparan serta data yang objektif.

Dilihat berdasarkan sifatnya, pendekatan kualitatif desainnya bersifat umum dan berbeda-beda sesuai dengan kondisi di lapangan. Desain penelitian digunakan sebagai asumsi untuk melakukan penelitian maka dari itu harus bersifat fleksibel dan terbuka (Sarwono, 2006). Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif karena dalam penelitian tidak menguji sebuah hipotesis namun sekadar memahami keadaan variabel secara lepas, serta tidak menghubungkan antar variabel yang satu dengan lainnya secara sistematis. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam fakta dan

informasi mengenai pemanfaatan instagram sebagai media informasi pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* dengan mengamati secara rinci dan langsung kepada pelaku sosial yang berkaitan menghasilkan serta memelihara kehidupan sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Paradigma konstruktivisme merupakan cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma konstruktivisme bergantung terhadap realitas atau peristiwa yang dibentuk. Dengan berdasarkan pada realita yang ada pada masyarakat untuk menemukan perhatian bukan bagaimana seseorang mengirim pesan, namun dari kedua komunikator dan komunikan membentuk serta bertukar makna. Sehingga membentuk sebuah pesan yang kemudian menjadi *cultural meaning*. Cara ini dibuat oleh komunikator serta bagaimana pesan secara aktif ditafsirkan oleh individu sebagai penerima (Eriyanto, 2011:46).

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang mengelola akun instagram @alfamartgemabudaya serta para karyawan yang mengikuti akun instagram @alfamartgemabudaya. Serta objek penelitiannya ialah akun media sosial instagram @alfamartgemabudaya sebagai media informasi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan para narasumber dari Departemen *Organizational Development* PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk yang bertanggung jawab mengelola akun instagram @alfamartgemabudaya. Data ini dibutuhkan untuk memberikan informasi yang mendalam dan sebenarnya di lapangan. Untuk data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti studi

literatur terdahulu, ditambah informasi yang berkembang melalui akun media sosial instagram @alfamartgemabudaya dan informasi dari pengikut instagram @alfamartgemabudaya yang menjadi umpan balik (*feedback*) ketika proses komunikasi berlangsung.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data sendiri adalah serangkaian proses untuk menyatukan data yang dibutuhkan dalam penelitian serta dilakukan dengan beberapa cara atau teknik (Mulyana, 2010:180). Teknik yang pertama yaitu wawancara, merupakan bentuk komunikasi di antara dua orang yang terlibat dalam pemenuhan informasi dari yang lainnya melalui berbagai pertanyaan yang didasari tujuan yang ingin diperoleh. Teknik wawancara dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur guna mendapatkan informasi yang berhubungan dengan rumusan masalah. Kegiatan wawancara ini akan dilaksanakan secara luring (tatap muka) dan daring (online). Wawancara secara tatap muka dilakukan dengan menemui dan menanyakan secara langsung kepada narasumber. Sedangkan wawancara secara daring dilakukan melalui media Zoom. Penelitian akan dilakukan di PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK (*Head Office*) yang berlokasi di Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Bar. No.Kav. 7-9, RT.003/RW.006, Panunggangan Tim., Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten, 15143. Penentuan kegiatan ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi para narasumber.

Kedua, observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung guna menemukan, melihat, serta mendapatkan data secara lengkap. Observasi dalam penelitian ini menggunakan metode partisipan yang dimana peneliti menjadi partisipan sebagai periset (observer) yang ikut

bergabung dalam perusahaan sebagai pemegang di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk serta mengikuti akun instagram @alfamartgemabudaya. Ketiga, dokumentasi yang merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengumpulan informasi dengan cara membaca surat, rapat, ikhtisar, pernyataan tertulis kebijakan tertentu serta bahan tulisan lainnya (Sarwono, 2006). Teknik ini juga dapat dilakukan dengan pencarian sumber berupa video, gambar, suara hingga sumber elektronik yang mampu membantu peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Terakhir, yakni studi literatur sebuah rangkaian kegiatan guna mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian. Adapun sumber literatur yang berupa buku, jurnal, skripsi dan sumber kepustakaan lainnya guna memperkuat penelitian yang dilakukan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan cara mengelompokkan data, menjelaskan ke dalam beberapa unit, disusun ke dalam pola, menentukan hal yang penting serta yang ingin dipelajari, lalu kesimpulan dapat dibuat. Kemudian hasil data tersebut divalidasi menggunakan cara triangulasi sumber. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa kegiatan dalam menganalisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif serta berjalan secara terus menerus hingga selesai. Kegiatan dalam menganalisis data adalah mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2011:247).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kesegeraan

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mempunyai 32 kantor cabang serta karyawan yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia, sehingga dalam hal ini perusahaan membutuhkan media yang mampu membantu mereka dalam menyebarkan informasi kepada karyawan dengan lebih cepat yaitu

dengan menggunakan media sosial instagram. Salah satu bentuk komunikasi yang baik bagi karyawan ialah dengan kesegeraan dalam menyampaikan informasi, karena dengan kesegeraan informasi tersebut mampu membantu karyawan untuk tidak terlambat mendapatkan informasi yang diperlukan saat itu. Daft dan Langel dalam buku Pace & Faules (2005) berpendapat bahwa kesegeraan informasi ialah sebuah kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat. Kriteria tersebut sangat penting dan dibutuhkan dalam sebuah proses komunikasi karena jika terjadi penundaan dapat menyebabkan isu penting menjadi tidak bermakna lagi. Peneliti menemukan bahwa instagram @alfamartgemabudaya menggunakan dua fitur instagram dalam menyebarkan informasi sesuai dengan kesegeraan informasi, yaitu fitur *Feeds Instagram* dan *Instagram Stories*.

Dalam penggunaan *Feeds Instagram*, penyebaran konten informasi dilakukan secara berkala mengikuti *content planning* yang sudah ditentukan pada awal bulan. Namun, terkadang juga mengunggah konten diluar dari perencanaan seperti konten duka cita. Hal ini sejalan dengan pemanfaatan kesegeraan, yang dimana sebuah ucapan duka cita harus segera diinformasikan kepada karyawan sehingga informasi yang disampaikan masih memiliki makna. Dalam penggunaan *Instagram Stories*, penyebaran konten informasi tidak terlalu berkala, karena tidak memiliki jadwal yang ditetapkan sebelumnya. Namun, dalam fitur ini tetap menyampaikan suatu informasi yang dirasa penting dengan segera dalam kurun waktu 24 jam.

Pada kesimpulannya PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mampu memberikan serta memanfaatkan kesegeraan informasi secara berkala melalui akun instagram @alfamartgemabudaya

kepada seluruh karyawannya. Hal tersebut juga terlihat dari umpan balik karyawan yang setuju bahwa informasi yang diberikan oleh akun instagram @alfamartgemabudaya cukup *up to date* dan selalu memberikan informasi terbaru, sehingga dalam hal ini akun instagram @alfamartgemabudaya telah mampu memberikan informasi secara berkala tanpa ada hambatan ataupun informasi dan isu yang penting menjadi tidak bermakna lagi. Kemudian, dengan dilakukannya kesegeraan dalam penyebaran informasi yang diberikan instagram @alfamartgemabudaya dinilai mampu menjadi sebuah media yang kaya, karena telah mampu memberikan sebuah informasi yang banyak serta layak kepada khalayak mereka sendiri dengan ditunjang oleh sumber daya manusia yang mumpuni.

### **Keragaman Isyarat**

Dalam analisis pemanfaatan keragaman isyarat yang telah dilakukan oleh akun instagram @alfamartgemabudaya mempunyai beberapa pendekatan yang telah mereka lakukan. Keragaman isyarat sendiri ialah salah satu cara untuk berkomunikasi dengan mengirimkan pesan menggunakan berbagai pendekatan yang beragam (Pace & Faules, 2005). Pendekatan pertama yaitu dengan mengirimkan pesan pengulangan kembali, pengulangan pesan ini dilakukan mereka pada konten yang dirasa penting untuk memberikan pemahaman pesan informasi yang disebarkan, hal ini juga berguna untuk mengingatkan kembali acara-acara yang akan segera terlaksana.

Konten yang sering diunggah ulang adalah konten kegiatan perlombaan yang dilaksanakan atau dimeriahkan oleh para karyawan. Kegiatan perlombaan biasanya memiliki waktu yang cukup lama berkisar 5 hingga 30 hari. Salah satu contoh kegiatan perlombaannya ialah kompetisi



membuat video *reels* dalam rangka memeriahkan acara ulang tahun Alfamart yang ke-23. Melalui fitur instagram *stories* mereka melakukan pengulangan informasi sehingga informasi tersebut dapat diulang kembali selama 24 jam. Kemudian, konten lain yang dilakukan pengulangan dalam penyebarannya ialah poster kegiatan ataupun acara yang akan segera dilaksanakan, seperti acara perayaan ulang tahun Alfamart ke-23. Pesan pengulangan tersebut diunggah melalui instagram *stories* sehari sebelum acara tersebut berlangsung, hal ini bertujuan untuk mengingatkan kembali mengenai acara yang akan segera berlangsung.

Pendekatan kedua ialah pendekatan dengan jenis atau bentuk konten yang diberikan dalam instagram @alfamartgemabudaya, mereka memberikan beberapa bentuk konten yaitu dengan foto, gambar ilustrasi hingga video untuk menyampaikan pesan serta informasi kepada karyawan. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan perbedaan jumlah pesan atau informasi yang diberikan kepada karyawan. Pendekatan ketiga adalah dengan melakukan improvisasi sebuah informasi melalui desain atau seni untuk sebuah konten, pendekatan ini dikemas menggunakan dua jenis informasi yakni komunikasi verbal dan nonverbal pada desain konten yang dibuat. Pendekatan komunikasi verbal diaplikasikan melalui pembuatan teks yang memiliki efek gambar serta menggunakan gaya model tulisan atau *font* yang kekinian dalam teks yang diterapkan, sehingga para karyawan tidak merasa bosan dan dapat dibaca dengan menarik secara jelas mengenai pesan yang ingin disampaikan. Dalam pendekatan komunikasi nonverbal ialah sebuah cara berkomunikasi yang disampaikan dengan pengemasan menggunakan bentuk nonverbal tanpa menggunakan kata-kata. Pada pendekatan terakhir ini, melalui desain konten berupa gestur

tubuh, gestur badan hingga mimik wajah yang memiliki makna di dalamnya, yang kemudian dapat memperjelas sebuah persepsi para karyawan dalam menyimpulkan arti pesan yang ingin disampaikan dalam konten yang ditampilkan. Seperti foto yang sering ditampilkan yaitu seorang kasir yang menempelkan kedua tangannya di depan dada sambil tersenyum kepada pembeli, hal ini menyiratkan salah satu bentuk pelayanan terbaik yaitu keramahan yang dilakukan oleh karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

### Variasi Bahasa

Variasi bahasa adalah salah satu kemampuan dalam meningkatkan pemahaman melalui penggunaan sebuah kata, teks, dan bahasa yang berbeda. Dalam pemanfaatan ini instagram @alfamartgemabudaya menggunakan konten informasi edukasi. Pada konten informasi edukasi tersebut berupa pemahaman atau pengetahuan seputar perusahaan dan karyawan yang kemudian dikemas dengan rapi, seperti konten informasi perkembangan pandemi Covid-19 mereka menggunakan foto *meme* yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial sebagai *thumbnail* dalam unggahannya, yaitu foto pada ajang perlombaan MotoGP Mandalika 2022 yang menggunakan pawang hujan yang bernama Rara Istiati. Dalam foto tersebut juga ditambah kalimat yang sesuai seperti "Jika hujan bisa reda, covid pun juga bisa" hal ini menafsirkan bahwa perkembangan kasus Covid-19 yang mulai mereda. Lalu, dalam *slide* berikutnya juga memberikan informasi mengenai penggunaan masker yang kurang baik, sehingga karyawan dapat memahami untuk tetap mematuhi protokol yang sudah diimbau sebelumnya walaupun jumlah kasus Covid-19 telah menurun.

Pemanfaatan variasi bahasa selanjutnya adalah menggunakan konten hiburan. Dalam konten hiburan ini

menampilkan sebuah kuis hadiah bagi siapapun karyawan yang mampu menjawab pertanyaan ataupun menyelesaikan tantangan yang diberikan dengan benar. Pertanyaan dan tantangan yang diberikan biasanya berhubungan dengan perusahaan, seperti budaya kerja dan pengenalan sebuah produk. Konten ini menjadi salah satu konten yang cukup diminati oleh karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Pemanfaatan variasi bahasa lainnya, ialah menggunakan *hashtag* atau tagar guna mengelompokkan sebuah informasi yang diberikan. Hal ini bertujuan agar pesan dalam informasi yang diberikan dapat sesuai dengan kategori dari setiap informasi. *Hashtag* sendiri merupakan salah satu fitur dalam instagram yang berupa suatu kata yang diberi awalan simbol bertanda pagar (#) guna mempermudah pengguna untuk mengklasifikasikan foto atau video yang diunggah agar sesuai dengan topiknya. Beberapa *hashtag* yang digunakan ialah #alfamartgemabudaya, #alfamartsalingjaga, #alfamarthebat, #berkaryadanberbudaya. *Hashtag* tersebut dapat mempermudah karyawan untuk mengenali dan mencari informasi yang diperlukan. Dalam hal ini, akun instagram @alfamartgemabudaya telah melakukan sebuah peningkatan pemahaman untuk karyawannya sendiri. Para karyawan akan memahami serta mempelajari semua informasi yang diperoleh, dengan menggunakan berbagai variasi bahasa yang tetap sesuai dengan tujuan perusahaan.

### **Sumber Personal**

Sumber personal sendiri adalah memfokuskan diri pada kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi secara pribadi kepada komunikan. Sumber personal menjadi poin penting dalam pengiriman pesan kepada komunikan (Pace & Faules, 2005). Berdasarkan pandangan dari karyawan, informasi yang diberikan dalam

instagram @alfamartgemabudaya sudah jelas dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, beserta dengan penyampaian pesan yang jelas dan tepat sasaran. Akun instagram @alfamartgemabudaya sudah menyesuaikan seluruh aspek mengenai tampilan konten dan isi konten yang diberikan. Dengan melibatkan para karyawan dalam pembuatan konten instagram @alfamartgemabudaya juga merupakan suatu hal yang positif bagi karyawan.

Dengan terlibatnya karyawan pada pembuatan konten informasi menjadi salah satu bentuk apresiasi dari perusahaan kepada karyawannya, menurut informan ahli yang berpendapat bahwa dengan melibatkan karyawan maka akan membentuk sebuah rasa memiliki serta kebersamaan dalam perusahaan sehingga menumbuhkan rasa semangat.

Pada pendekatan sumber personal, instagram @alfamartgemabudaya juga menggunakan konten apresiasi yaitu dengan menampilkan para pemenang IKT (Insentif Kinerja Toko), pemenang PSM Nasional (Produk Spesial Mingguan) dan ucapan selamat ulang tahun kepada karyawan setiap bulannya. Dalam konten pemenang IKT yang diunggah setiap satu bulannya oleh instagram @alfamartgemabudaya menampilkan nama-nama toko yang berhasil memenangkan IKT beserta dengan foto para karyawan toko, begitu pula dengan PSM yang diunggah setiap satu bulannya dengan menampilkan foto karyawan yang berhasil memenangkan PSM beserta jumlah uang yang didapatkan. Lalu untuk konten ucapan selamat ulang juga menjadi konten bulanan yang menampilkan nama-nama para karyawan yang berulang tahun pada bulan tersebut beserta dengan divisinya.



Melalui konten apresiasi tersebut menciptakan rasa kepemilikan kepada perusahaan, serta menambahkan rasa semangat untuk bekerja dengan baik dan lebih giat sehingga target dapat tercapai yang kemudian akan berdampak baik pula kepada perusahaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan instagram @alfamartgemabudaya telah dilaksanakan dengan baik serta sesuai dengan empat kriteria teori kesempurnaan media yaitu kesegeraan informasi, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Dalam kesegeraan informasi bagi karyawan instagram @alfamartgemabudaya telah melaksanakannya melalui beberapa fitur seperti instagram *stories* dan *feeds* instagram dengan menampilkan informasi-informasi yang perlu diketahui para karyawan secara berkala. Hal itu dapat diartikan bahwa instagram @alfamartgemabudaya mampu menyediakan informasi terkini serta menyesuaikan kebutuhan karyawannya. Pada pemanfaatan keragaman isyarat, instagram @alfamartgemabudaya telah mampu menyampaikan pesan dalam konten yang disajikan menggunakan beberapa pendekatan. Pendekatan tersebut seperti pengulangan unggahan yang dirasa penting, adanya improvisasi sebuah informasi melalui desain atau seni dalam konten yang disajikan dan penyajian konten dengan berbagai jenis seperti foto, gambar ilustrasi hingga video. Pemanfaatan dalam variasi bahasa, instagram @alfamartgemabudaya membuat konten informasi edukasi dengan dikemas oleh konten hiburan seperti kuis hadiah dan konten yang bergambar *meme*. Selain itu, mereka juga membuat kategori informasi melalui *hashtag* agar pesan dalam informasi yang diberikan

dapat sesuai dengan kategori dari setiap informasi. Berdasarkan sumber personalnya, karyawan memandang informasi yang diberikan dalam instagram @alfamartgemabudaya sudah jelas dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, beserta dengan penyampaian pesan yang jelas dan tepat sasaran.

Disamping itu, akun instagram @alfamartgemabudaya harus konsisten dengan hal baik yang sudah dilakukan, lalu terus meningkatkan atau memperbaiki hal yang masih kurang agar semakin baik kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfamart.co.id. (2020). *Tentang Perusahaan*. <https://alfamart.co.id/>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, W., & Faules, D. (2005). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Prinada, Y. (2021). *Cara Kerja Algoritma Instagram 2021: Tingkat Interest & Following*. <https://tirto.id/cara-kerja-algoritma-instagram-2021-tingkat-interest-following-f9PG>
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.