

ABSTRAK

Fenomena perkembangan media sosial di era digital telah mengubah cara individu berkomunikasi, termasuk di lingkungan kerja. Tidak hanya sebagai sarana promosi eksternal, media sosial kini juga digunakan sebagai media komunikasi internal yang mempererat interaksi antar karyawan. Di Agensi Forkey Creative, karyawan membuat akun Instagram @forkeyrumpi sebagai wadah informal untuk menampilkan aktivitas kerja, berbagi hiburan, hingga menjalin kedekatan sosial. Permasalahannya, sejauh mana akun Instagram @forkeyrumpi mampu berfungsi sebagai media komunikasi internal dan memberikan kontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan masih belum banyak diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk komunikasi yang muncul, pola interaksi yang terjalin, serta makna sosial yang dihasilkan dari penggunaan akun Instagram @forkeyrumpi dalam konteks komunikasi organisasi karyawan Forkey Creative.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung aktivitas di akun @forkeyrumpi, serta dokumentasi konten dan interaksi karyawan. Informan kunci dalam penelitian ini terdiri dari satu orang leader divisi Content Creator, satu orang Social Media Specialist sebagai admin akun, serta lima orang karyawan Forkey Creative yang aktif berinteraksi di akun @forkeyrumpi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram @forkeyrumpi menciptakan pola komunikasi informal yang cair, meningkatkan kedekatan antar karyawan, serta menjadi sarana ekspresi dan hiburan yang berpengaruh positif pada kepuasan kerja. Meskipun demikian, partisipasi karyawan tidak selalu merata dan efektivitas akun ini tetap dipengaruhi oleh budaya kerja fleksibel serta tingkat keterlibatan masing-masing individu. Kesimpulannya, media sosial internal berupa akun Instagram @forkeyrumpi berperan sebagai jembatan komunikasi yang mampu mendukung kepuasan kerja, meskipun keberhasilannya sangat bergantung pada konsistensi partisipasi dan budaya kerja yang ada.

Kata kunci: Komunikasi Organisasi, Karyawan, Agensi, Instagram.