

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini sangat memanfaatkan sosial media sebagai media komunikasi [1]. Dengan kelebihan yang dapat menjangkau *audiens* yang luas dan beragam, sosial media memungkinkan individu dan organisasi untuk berbagi informasi secara *real-time* [2]. Keberadaan sosial media telah menjadi salah satu alat yang sangat penting dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan visibilitas penelitian [3]. Pada dasarnya, visibilitas yang baik memungkinkan hasil penelitian lebih mudah ditemukan, dibaca, dan diaplikasikan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan [4].

Tidak hanya itu, sosial media menawarkan kesempatan bagi institusi akademik dan pusat penelitian untuk membangun identitas dan visibilitas institusional melalui strategi branding yang kuat. Dengan memanfaatkan sosial media secara optimal, pusat penelitian dapat meningkatkan reputasi, menarik kolaborator, serta memperoleh lebih banyak pendanaan. Platform visual seperti Instagram, sangat efektif dalam menyampaikan penelitian melalui konten grafis dan video yang mudah diakses oleh berbagai lapisan Masyarakat [5]. Dengan konten yang dikemas secara kreatif dan menarik, informasi yang kompleks dapat diubah menjadi materi yang lebih mudah dipahami dan diminati, terutama oleh khalayak non-akademis.

Sehingga sosial media telah menjadi alat penting dalam mengubah cara penelitian didistribusikan dan dipublikasikan di era digital ini [6]. Sosial media bukan hanya sarana promosi, tetapi juga platform untuk diskusi ilmiah, kolaborasi, dan penyebaran ilmu pengetahuan secara global. Hal ini menekankan pentingnya strategi komunikasi ilmiah yang efektif dan terintegrasi dengan teknologi digital modern, agar penelitian dapat mencapai potensi penuh dampaknya di masyarakat luas [7].

Untuk memperkuat hal ini, penelitian dapat berjalan dengan efektif dan efisien sangat membutuhkan mahasiswa yang dapat berkolaborasi, karena kolaborasi ini tidak hanya memperkaya perspektif dan ide-ide baru, tetapi juga meningkatkan penggunaan sumber daya manusia (SDM) yang ada, sehingga memaksimalkan potensi tim dalam mencapai hasil penelitian yang lebih berkualitas dan berdampak [8].

Center Of Excellence Smart Technology & Applied Science – The Rapid Research Generator (CoE STAS-RG) merupakan *Research Center* di bidang teknologi. Seiring dengan pentingnya *research visibility*

dalam dunia akademik dan industri semakin meningkat, untuk mencapai tujuan tersebut membutuhkan sosial media sebagai salah satu alat untuk meningkatkan citra CoE yang dapat menjangkau *audiens* dan menarik kolaborasi. Penggunaan sosial media diharapkan dapat membangun reputasi di kalangan akademisi dan industri, serta menarik peluang kolaborasi [9]. Pada Juni 2023, CoE STAS-RG telah membuat akun Instagram yang merupakan langkah awal dalam membangun kehadiran CoE STAS-RG di dunia digital. Per September 2024 akun tersebut baru memiliki sekitar 300 pengikut dan masih kurangnya konsistensi dalam menjangkau *audiens* dan menunjukkan identitas CoE.

Berdasarkan hal tersebut, dengan pendekatan strategis pengembangan konten sosial media, diharapkan akun Instagram CoE STAS-RG diharapkan dapat menciptakan peluang kolaborasi dan keterlibatan *audiens* untuk bergabung ke dalam penelitian CoE. Melalui evaluasi berkelanjutan, strategi konten akan disesuaikan secara dinamis untuk memastikan efektivitas dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan adanya proyek ini, diharapkan citra CoE STAS-RG semakin kuat dan peluang kolaborasi dan keterlibatan melalui sosial media dapat meningkat.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari proyek akhir ini sebagai berikut.

1. Bagaimana cara membangun identitas visual CoE STAS-RG yang konsisten dan menarik bagi *audiens* ?
2. Bagaimana cara menjangkau *audiens* di sosial media CoE STAS-RG?
3. Bagaimana cara menciptakan keterlibatan dan interaksi positif dengan *audiens* ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari proyek akhir ini sebagai berikut.

1. Membangun identitas visual CoE STAS-RG melalui *template* konten.
2. Memperluas jangkauan *audiens* melalui video pendek (Stories dan Reels).
3. Menciptakan keterlibatan dan interaksi positif dengan *audiens* di Instagram CoE STAS-RG.

1.4 Ruang Lingkup

Adapun Ruang Lingkup Proyek Akhir sebagai berikut.

1. Platform Sosial Media yang digunakan adalah Instagram.
2. Target *audiens* adalah Mahasiswa.
3. Fokus pengukuran *Research Visibility* dilakukan dengan pendekatan bertahap menggunakan tiga metode, yaitu: Metode Konsistensi *Branding*, Metode Penyebaran Video Pendek, dan Metode Keterlibatan Interaktif.
4. Proses pembuatan konten menggunakan beberapa aplikasi, yaitu Canva untuk desain grafis, serta Capcut untuk pengeditan video.
5. Pengembangan konten video pendek difokuskan untuk mengukur jangkauan *audiens* menggunakan Instagram Insights, tanpa mempertimbangkan peningkatan jumlah pengikut.
6. Pengukuran dari adanya keterlibatan dan interaksi yang berarti, bukan dari jumlah partisipan.

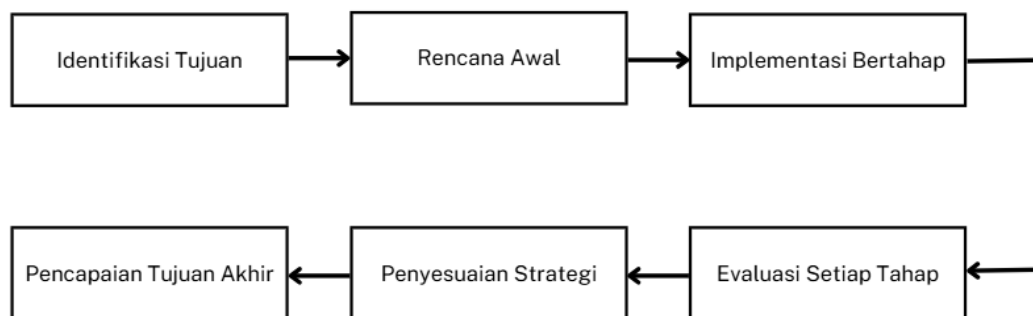
1.5 Definisi Operasional

Adapun Definisi Operasional sebagai berikut.

1. **Research Visibility.** Merupakan kemampuan hasil penelitian untuk ditemukan dan diakses oleh *audiens* yang lebih luas, termasuk peneliti, praktisi, dan masyarakat umum, melalui berbagai saluran komunikasi dan publikasi.
2. **Desain Konten.** Merupakan proses merancang dan mengorganisir informasi serta elemen visual untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan informatif.
3. **Instagram.** Merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual, berinteraksi dengan pengikut, dan mempromosikan produk atau layanan.
4. **Sosial Media.** Merupakan platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten serta membangun jaringan sosial melalui komunikasi dan kolaborasi.
5. **Skala Likers.** Merupakan alat pengukuran yang digunakan dalam survei untuk mengukur pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan. Skala ini biasanya terdiri dari beberapa pilihan jawaban yang menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan.

1.6 Metode Pengerjaan

Dalam penelitian ini, metode yang diterapkan adalah *Incremental Approach* (pendekatan bertahap). Metode ini digunakan untuk mengembangkan konten sosial media pada akun Instagram CoE STAS-RG. Pendekatan ini membagi metode menjadi beberapa tahapan atau fase yang lebih kecil dan terkelola. Proses dimulai dengan Identifikasi Tujuan, di mana tujuan spesifik ditentukan. Selanjutnya, Rencana Awal dibuat untuk merinci langkah-langkah yang diperlukan. Penerapan dimulai dengan Metode Konsistensi *Branding* untuk membangun ciri khas yang menjadi identitas penelitian. Setelah setiap metode diterapkan, Evaluasi Setiap Tahap dilakukan untuk menilai efektivitas sebelum melanjutkan ke Metode Penyebaran Video Pendek dan kemudian ke Metode Keterlibatan Interaktif. Melalui evaluasi berkelanjutan, penyesuaian strategi akan dilakukan secara dinamis untuk memastikan efektivitas setiap langkah dan mencapai tujuan akhir yang diinginkan.



Gambar 1-1 Metode *Incremental Approach*

Dari Gambar 1-1 penjelasan implementasi bertahap pada *Incremental Approach* (pendekatan bertahap) terdiri atas tiga tahapan metode utama sebagai berikut :

1.6.1 Tahap 1 : Metode Konsistensi *Branding* untuk Identitas Penelitian

Metode ini memastikan bahwa seluruh konten yang dipublikasikan di media sosial memiliki elemen *branding* yang konsisten, seperti penggunaan warna, font, dan logo, untuk memperkuat identitas visual institusi penelitian.

1.6.2 Tahap 2 : Penyebaran Video Pendek

Metode ini memanfaatkan video singkat untuk menyampaikan inti dari penelitian. Video ini dirancang agar informatif, singkat, dan menggunakan visual yang dapat menarik perhatian *audiens* dengan cepat.

1.6.3 Tahap 3 : Metode Keterlibatan Interaktif

Metode ini menggunakan fitur interaktif di platform seperti Instagram, termasuk *polling* dan pertanyaan langsung dalam Stories untuk meningkatkan keterlibatan dan mempromosikan diskusi seputar penelitian.