

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Media sosial dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menunjukkan suatu identitas (Efrida & Diniati, 2020) hal ini dapat juga dimanfaatkan sebagai bentuk upaya di era digitalisasi kali ini. media sosial dapat dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan untuk menunjukkan identitas atau ciri dari perusahaan tersebut, bahkan dengan media sosial dapat mencakup audiens yang lebih luas. Begitupun dengan salah satu Perusahaan atau instansi yang memanfaatkan media sosial untuk pengenalan kepada publik salah satunya adalah Telkom University.

Telkom University merupakan PTS terbaik no 1 di Indonesia, hal ini berdasarkan data menurut webometrics yang mengatakan bahwa Telkom University memperoleh predikat selama beberapa tahun berturut turut. di susul dengan penghargaan dan pencapaian lainnya, adapun penghargaan pencapaian yang diraih Telkom University adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data PTS Terbaik No 1 di Indonesia 5 Tahun Terakhir

Tahun	Pencapaian
2023	Telkom University mempertahankan peringkat pertama perguruan tinggi swasta, dan peringkat ke delapan bersanding dengan perguruan negeri pada webometrics.
2022	Telkom University meraih peringkat pertama dalam pemeringkatan perguruan tinggi dunia times higher education.
2021	Predikat Perguruan Tinggi Swasta (PTS) terbaik No.1 di Indonesia kembali diraih Telkom University (Tel-U) pada pemeringkatan Webometrics, selain menjadi PTS pertama di Indonesia yang meraih akreditasi unggul.
2020	Telkom University meraih peringkat sebagai PTS terbaik nomor satu di indonesia, terus meningkatkan kualitas

	dalam dunia Pendidikan guna mencetak sumber daya manusia yang unggul untuk Indonesia pada webometrics.
2019	Telkom University meraih peringkat sebagai Pts terbaik nomor satu pada webometrics

Sumber :Data Olahan Penulis, 2023

Prestasi dan pencapaian ini diraih Telkom University karena Telkom University memiliki keunggulan dibidang teknologi. Didukung dengan adanya program studi yang seragam, pemanfaatan teknologi secara maksimal dalam bidang pendidikan, dan berbagai prestasi yang diraih oleh mahasiswa nya. Pencapaian tersebut hendaknya selalu disebarluaskan kepada publik Telkom University sebagai upaya penyebarluasan informasi yang dapat membentuk citra baik Telkom University. hal yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan media sosial melalui konten konten yang bersifat informatif, edukatif, entertain, persuasif pada berbagai media sosial.

Dengan adanya media sosial tentunya sangat penting sekali dilakukannya pemantauan media sosial untuk dapat mengevaluasi konten sebelumnya agar konten selanjutnya mendapatkan Engagement yang baik. Tidak hanya itu Pemantauan media sosial juga menjaga citra positif perusahaan dengan cara memantau akun media sosial nya (M. Ismail Alif, 2020) pemantauan juga dapat melihat sentimen publik agar dapat mencegah hal yang negatif.

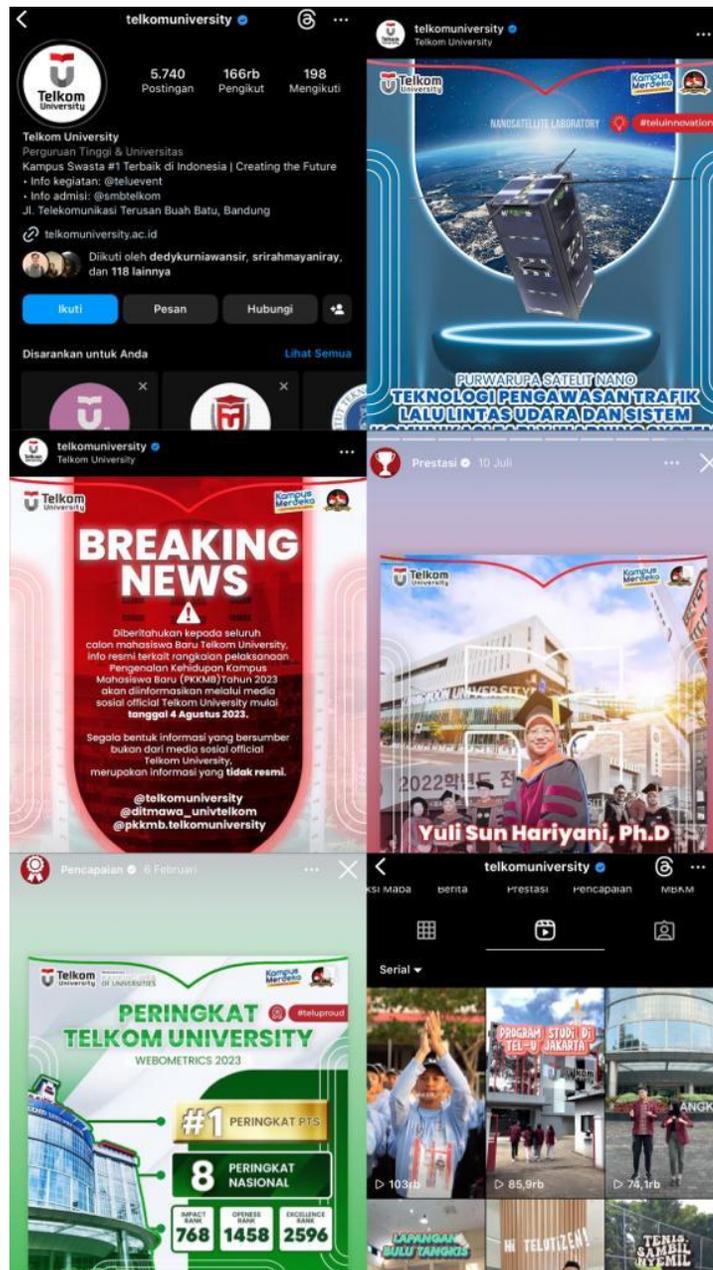
Tabel 1.2 Data pesaing Universitas

	Telkom University	Binus University
Konten (Post instagram)	5.766	4.134
Jenis konten	Konten berita, prestasi, seputar kampus, pencapaian, informasi, inovasi, Tips & trik.	Informasi, prestasi, pencapaian, seputar kampus
Lokasi	Bandung	Jakarta
Jumlah <i>followers</i>	168rb	99,1rb
Bio instagram	Kampus Swasta #1 Terbaik	Top perguruan Tinggi

	di Indonesia (creating the future.	Indonesia QS 5 Stars.
--	------------------------------------	-----------------------

Dalam hal ini dapat dinyatakan salah satu bentuk keberhasilan Telkom dalam mengelola media sosial instagram nya yang dapat dilihat dari perbedaan salah satu Universitas swasta yang bersaing secara ranking nasional dengan Telkom University. Telkom University memiliki followers, unggahan konten dan jenis konten yang lebih banyak, dapat dibuktikan bahwasanya kampus swasta terbaik nomor 1 di Indonesia ini lebih baik dalam pengelolaan dan pemantauan media sosial instagram nya. Dalam bio instagram @telkomuniversity juga menyebutkan bahwasanya Telkom University adalah kampus swasta terbaik no 1 di Indonesia. Melihat dua kampus yang merupakan Universitas yang unggul dan memiliki media sosial instagram dalam upaya penyebaran kontennya, baik dari segi foto, konsep postingan. Hal ini membuat peneliti memilih Telkom University karena melihat dari perbedaan dan keaktifan dalam pemantauan dan pengelolaan media sosialnya. Hal ini didukung dengan data yang ada.

Telkom University secara aktif melakukan pengelolaan pada media sosial Instagram @telkomuniversity dengan produksi konten baik berupa konten foto, video, audio hingga infografis, berikut merupakan aktivitas media sosial @telkomuniversity



Gambar 1.1 Konten media sosial Instagram @telkomuniversity

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Saat ini akun instagram @telkomuniversity sudah memiliki 164.990 *followers* dari beberapa *followers* nya akan berinteraksi dan memberikan *feedback* berupa *like*, komen, share, save pada berbagai konten @telkomuniversity. Contoh nya konten yang berisi informasi, penghargaan yang diraih Telkom University, hingga konten *intermezzo* seperti *Tips&tricks* dan *riding the wave* konten yang sedang *hype*.

Sebelum media sosial monitoring dikenal dan dilakukan saat ini sebenarnya yang selalu dilakukan oleh setiap organisasi sebelumnya adalah Media monitoring konvensional. tetapi dengan melihat perubahan jaman sekarang perusahaan sekarang lebih membutuhkan *social media monitoring* dalam menggunakan media sosial nya, dalam menggunakan media sosial kita bukan hanya fokus pada *create content* yang menarik. tetapi kita juga harus fokus terhadap perkembangan dari setiap konten yang sudah di buat, yaitu dengan cara memantau media sosial kita. (Ajibulloh, 2021).

Aktivitas media sosial mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga pemantauan konten saat ini memang sangat penting dilakukan mengingat media sosial sudah diterapkan dan menjadi bagian dari keseharian seluruh sektor melalui beragam konten yang diproduksi untuk mencapai tujuan tertentu, konten tersebut kemudian harus di pantau untuk mengetahui hasil dari tujuan yang ingin dicapai, ketepatan audiens yang sebagai bentuk evaluasi, dan sebagai acuan untuk langkah selanjutnya (Qorib et al., 2021).

Hal ini juga berlaku pada sektor pendidikan seperti yang dilakukan oleh Telkom University yang secara aktif melakukan aktivitas media sosial untuk berkomunikasi dengan audiensnya, sarana penyebaran informasi hingga promosi, Telkom University juga melakukan pemantauan terhadap konten-konten tersebut dengan melihat *feedback* dan tingkat engagement sehingga dapat digunakan untuk evaluasi dalam pengelolaan kontennya, melihat keberhasilan konten dan sebagai acuan untuk konten selanjutnya.

Adapun penelitian terdahulu yang ditulis oleh Alvian Alrasid Ajibulloh dengan judul “Optimalisasi *Digital Marketing* Melalui Peran Penting *Social Media Monitoring*” objek dari penelitian ini adalah UMKM dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *social media monitoring* sebagai langkah baru untuk memfokuskan sebuah brand bukan hanya pada pembuatan kontennya saja. Metode yang digunakan di penelitian ini merupakan pendekatan diskusi dan sosialisasi.

Penelitian terdahulu selanjutnya ditulis oleh Ida Ayu Putri Astiti, Eksa Rusdiana, Donil Beywiyarno dengan judul “Aktivitas Media Monitoring di PT Indonesia Bisnis Konsultan (Bisnis Intelligence Unit). Metode yang digunakan adalah

kualitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas media monitoring yang dilakukan perusahaan PT Bisnis Indonesia Konsultan lebih memfokuskan pada media pemberitaan.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah: mengenai Penelitian selanjutnya yang berjudul “Pemantauan Media Sosial Sebagai Sarana Evaluasi Konten Instagram Telkom University”

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pemantauan media sosial pada akun instagram @telkomuniversity.
2. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi terhadap konten instagram berdasarkan hasil pemantauan media sosial instagram @telkomuniversity.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pemantaua media sosial pada akun @telkomuniversity?
2. Bagaimana evaluasi terhadap konten Instagram @telkomuniversity berdasarkan hasil pemantauan media sosial?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

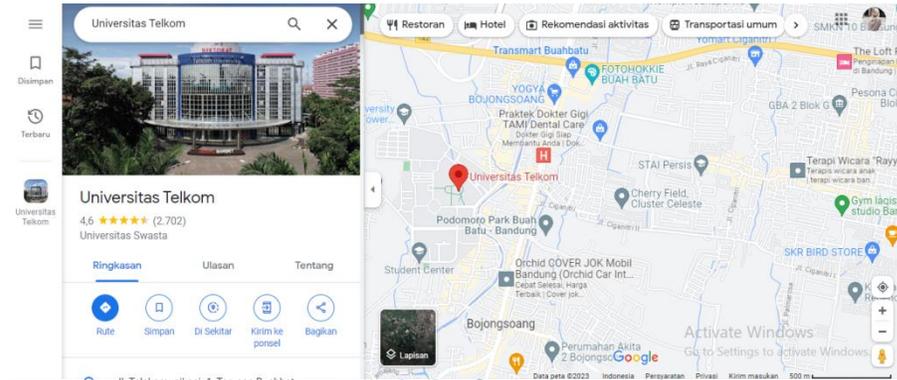
Memberikan ilmu dalam kajian Public Relations, terutama dalam proses pemantauan media sosial yang di lakukan oleh seorang humas. Penelitian ini juga menambah kajian baru terhadap *Social Media Monitoring*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi beberapa masukan dan beberapa evauasi terutama bagi humas Telkom University, terutama dalam melakukan pemantauan media (*social media monitoring*) kedepannya. Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan masukan yang membangun bagi Telkom University.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di kampus Telkom University yang berlokasi di Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu , Bandung.



Gambar 1.2 Peta Telkom University

Sumber : https://maps.app.goo.gl/SihBQoWTJJztmKDn7?g_st=ic

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No	Tahapan	2022				2023																																			
		Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Ags			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																
1	Mencari informasi awal, judul, dan torik penelitian	█	█	█	█	█	█																																		
2	Proses mencari literatur, Pra Riset					█	█	█	█	█	█																														
3	Proses penyusunan Bab I- III									█	█	█	█	█																											
4	Revisi dengan pembimbing																	█	█	█																					
5	Proses Desk																					█	█																		

