

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah serangkaian 17 tujuan yang diumumkan pada tahun 2014, yang menyajikan visi yang luas mencakup keberlanjutan lingkungan dan aspek perkembangan lainnya yang diperlukan untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan perdamaian serta kemakmuran secara global yang harus berjalan seiring dengan strategi yang meningkatkan kesehatan dan pendidikan, mengurangi ketidaksetaraan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi - semuanya sambil menangani perubahan iklim dan bekerja untuk melestarikan lautan dan hutan (Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development, n.d.). Tujuan-tujuan ini merupakan hasil dari Konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Pembangunan Berkelanjutan (Rio+20) pada tahun 2012, sebagai pengganti *Millennium Development Goals* (MDGs).

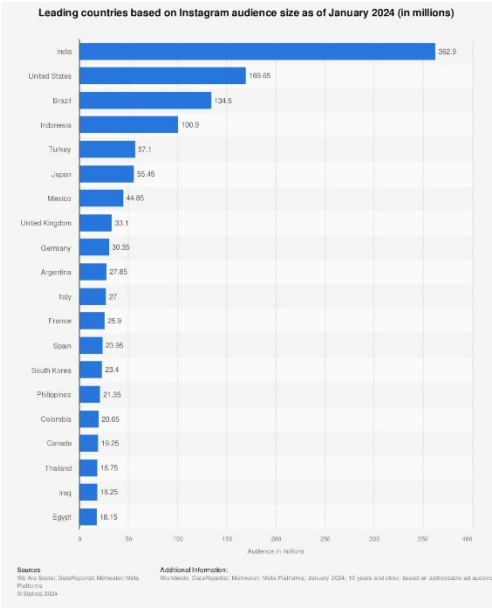
Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan telah menjadi komitmen global. Indonesia saat ini menduduki peringkat pertama di Asia untuk kemajuan SDG, mencapai sekitar 60% dari targetnya (Ministry of National Development Planning/Bappenas, 2024). Tanggung jawab ini meluas ke seluruh sektor masyarakat Indonesia, termasuk perguruan tinggi. Perguruan tinggi memiliki peran sentral dalam mendukung target SDG melalui pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, yang mewajibkan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sebagai tanggung jawab utama institusi pendidikan tinggi di Indonesia.

Salah satu inisiatif strategis pemerintah Indonesia, melalui Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), adalah pembentukan Forum Pusat SDGs Indonesia yang disebut Indonesia SDGs Center Network (ISCN) (Bappenas, 2024). ISCN merupakan sebuah forum komunikasi yang berfungsi sebagai platform jaringan dan kolaborasi bagi akademisi di seluruh Indonesia, untuk memungkinkan implementasi SDGs yang terkoordinasi, efisien, dan komprehensif, serta memastikan pertukaran pengetahuan dan pengalaman.

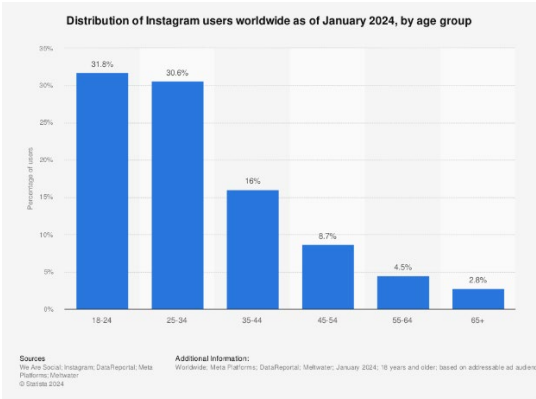
Melalui SDGs Center, perguruan tinggi didorong untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam SDGs, baik di dalam institusi mereka sendiri maupun di masyarakat sekitar. Namun, wawancara dan observasi menunjukkan bahwa kesadaran akan peran dan potensi dampak SDGs Center di Telkom University seringkali terbatas, baik di kalangan mahasiswa, dosen, dan staf. Hal ini dapat menghambat kemampuan SDGs Center ini untuk secara efektif mempromosikan praktik dan inisiatif yang sejalan dengan SDGs. Mengatasi masalah ini membutuhkan media dan strategi yang

efektif untuk menyampaikan pesan-pesan SDGs, menjembatani kesenjangan pengetahuan, dan mendorong keterlibatan yang lebih besar.

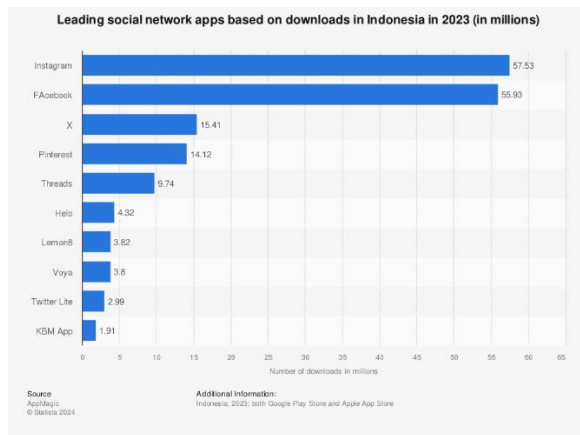
Dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemangku kepentingan terhadap Pusat SDGs di perguruan tinggi di Indonesia, penelitian ini akan mengkaji dan merancang strategi komunikasi berbasis konten kreatif media sosial, khususnya Instagram. Instagram adalah media sosial populer digunakan di berbagai belahan dunia dari berbagai usia dan berbagai kalangan. Instagram kini telah mencapai tonggak pencapaiannya memiliki dua miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Secara demografis, pengguna aktif bulanan instagram ini didominasi oleh pengguna berusia 18-24 tahun sebanyak 31,8% dan pengguna berusia 15-34 tahun sebanyak 30,6%. Berdasarkan lokasi, Indonesia menempati urutan 4 (Dixon, 2024). Di Indonesia, Instagram merupakan jejaring sosial yang paling banyak diunduh pada 2023 dengan jumlah 57,5 juta kali unduh. Sedangkan tingkat penetrasi jejaring sosial terpopuler per-Q3 2023 di Indonesia, Instagram tercatat menempati urutan terpopuler kedua setelah Whatsapp, sebesar 85,3% (Nurhayati-Wolff, 2024).



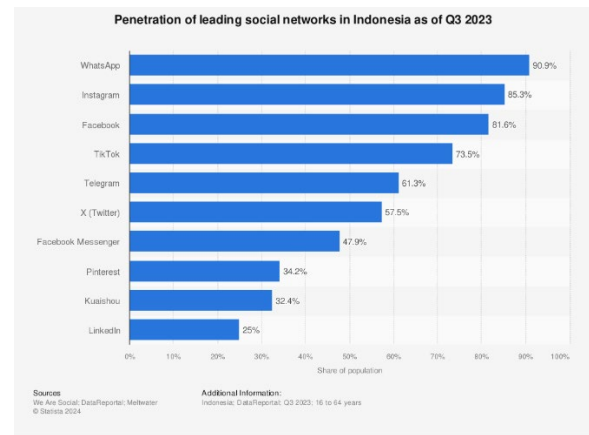
(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar I.40. (a) Demografi Pengguna Instagram Berdasarkan Lokasi; (b) Demografi Pengguna Instagram Berdasarkan Usia; (c) Jumlah Pengunduh Aplikasi Jejaring Sosial di Indonesia; (d) Penetrasi Jejaring Sosial di Indonesia (Sumber : Statista, 2024)

Instagram, sebagai salah satu *platform* media sosial yang sangat populer di kalangan generasi muda, menyediakan peluang besar bagi perguruan tinggi untuk mengkomunikasikan inisiatif SDGs mereka. Melalui konten kreatif, perguruan tinggi dapat menarik perhatian, meningkatkan kesadaran, dan menginspirasi tindakan positif terkait SDGs. Namun, untuk mencapai dampak yang maksimal, diperlukan strategi *brand communication* yang tepat dalam pembuatan dan penyebaran konten di Instagram. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreatif yang diunggah oleh SDGs Center belum memanfaatkan teori pilar konten (*content pillars*) dan prinsip desain komunikasi visual secara maksimal. Hal ini mengurangi potensi daya tarik dan efektivitas pesan yang disampaikan.

Penelitian ini berfokus pada praktik baik dalam penerapan SDGs di perguruan tinggi, dengan penekanan khusus pada strategi *brand communication* di Instagram. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi *brand communication* yang efektif dalam menyampaikan pesan SDGs melalui konten kreatif.

Dalam konteks ini, praktik baik merujuk pada metode atau pendekatan yang telah terbukti efektif dalam mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini adalah penyebarluasan inisiatif SDGs melalui Instagram. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek dari *brand communication*, termasuk penggunaan visual yang menarik, narasi yang kuat, interaksi dengan audiens, dan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti *Stories* dan *Reels*.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang dan menerapkan strategi *brand communication* yang efektif untuk mendukung tujuan SDGs. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada literatur akademis

tentang komunikasi merek dan media sosial, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat digunakan oleh perguruan tinggi untuk meningkatkan dampak sosial mereka.

1.2 Perumusan Masalah

Berikut ini adalah perumusan masalah, dimulai dengan identifikasi masalah untuk mendapatkan rumusan masalah.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Tidak semua civitas akademika memahami peran strategis SDGs Center dalam mendukung implementasi program-program yang relevan dengan pencapaian SDGs.
- b. Integrasi SDGs ke dalam pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat di perguruan tinggi masih belum optimal, meskipun mereka memiliki kewajiban untuk melaksanakan Tri Dharma.
- c. Media sosial, terutama Instagram, sebagai platform promosi yang memiliki potensi besar belum dimanfaatkan secara maksimal oleh SDGs Center. Konten yang diunggah sering kali tidak menggunakan pendekatan teori pilar konten (*content pillars*) dan prinsip desain komunikasi visual yang efektif.
- d. Konten kreatif yang diunggah oleh SDGs Center cenderung kurang menarik dan tidak relevan dengan kebutuhan audiens, sehingga tidak mampu meningkatkan keterlibatan (*engagement*) secara signifikan.
- e. Tidak adanya panduan terstruktur, seperti *content planner*, yang dapat membantu SDGs Center dalam merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan promosi SDGs.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana pemetaan strategi *brand communication* SDGs Center Perguruan Tinggi?
- b. Bagaimana strategi komunikasi *best practice* melalui *brand communication* dalam konten kreatif SDGs Center?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Memetakan strategi *brand communication* SDGs Center Perguruan Tinggi.
- b. Menganalisis dan merancang strategi komunikasi *best practice* melalui *brand communication* dalam konten kreatif SDGs Center.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi aspek teoritis dan aspek praktis.

1.5.1. Aspek Teoritis

- a. Memberikan wawasan teoritis mengenai hubungan antara konten kreatif di Instagram dan peningkatan *branding* SDGs Center Perguruan Tinggi.
- b. Menjadi referensi karya ilmiah maupun perancangan konten kreatif di Instagram guna meningkatkan *branding* SDGs Center Perguruan Tinggi.

1.5.2. Aspek Praktis

- a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan serta keterampilan dalam *brand communication* di media sosial, terutama dalam meningkatkan strategi *brand communication* suatu SDGs Center Perguruan Tinggi. Hasil perancangan dapat diaplikasikan penulis ke dalam konteks praktis.

- b. Bagi Objek Penelitian

Menjadi salah satu rekomendasi panduan praktis untuk merancang konten kreatif yang dapat mendukung peningkatan *awareness* SDGs Center Perguruan Tinggi.

- c. Bagi Peneliti lain

Menjadi penambah wawasan praktis yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mengembangkan strategi *brand communication* serta meningkatkan pemahaman tentang peran SDGs Center Perguruan Tinggi.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan tesis ini.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang potensi instagram dalam aktivitas branding serta membahas dibentuknya SDGs Perguruan Tinggi di Indonesia, yang menjadi objek penelitian ini. Selain itu, bab ini mencakup perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang diperoleh dari buku, jurnal maupun situs resmi yang berkaitan dengan penelitian. Teori yang digunakan di antaranya : Branding, Desain Komunikasi Visual, SDGs, SDGs Center, Media Sosial dan Instagram. Selain itu, bab ini juga mencakup penelitian terdahulu dan kerangka teori.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian ini, serta langkah-langkah dalam menentukan strategi yang tepat untuk objek penelitian ini. Bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, metode perancangan serta kerangka penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan, terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, pembahasan atau analisis dari hasil penelitian, penarikan kesimpulan, dan perancangan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran atau rekomendasi yang dapat diterapkan oleh DCS Telkom University dan SDGs Center Perguruan Tinggi lain, serta saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya.