

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada era modern memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak bisa dihindarkan pada hidup kita, karena selalu mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan. (Balya 2023) Saat ini, pembuatan informasi tidak lagi eksklusif pada lembaga media tertentu; sebaliknya, setiap orang dalam masyarakat memiliki kesempatan yang setara untuk membuat dan menyebarkan informasi. Salah satu fitur yang di gemari banyak orang dari berbagai kalangan adalah media sosial (Kurniawati 2017). Media sosial memudahkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi (Feroza and Misnawati 2021)

Pengembangan media sosial, khususnya institusi Pendidikan menjadi aspek yang sangat penting dalam Upaya meningkatkan visibil, memperkuat citra institusi serta membangun relasi lebih dekat bersama mahasiswa, alumni, dan masyarakat luas. Media sosial sudah dijadikan sebagai alat komunikasi yang sangat efektif bagi berbagai institusi pendidikan. Kehadiran media sosial telah mengubah secara signifikan cara kita berkomunikasi. (Siregar 2022). Oleh karena itu, universitas bina darma berkomitmen untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan audiensi yang lebih luas.

Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menawarkan serta mengembangkan produk dan layanan. Instagram ialah satu di antara platform media sosial yang paling efektif dan

berpengaruh.(Salsabila, andan ayu. 2022). Instagram adalah aplikasi yang user-friendly dan memungkinkan pengguna dalam membagikan foto serta video. Baik untuk keperluan bisnis maupun berbagi informasi sehari-hari. (Kurnianto 2020). Salah satunya adalah untuk mengembangkan teknologi informasi di Fakultas Vokasi Bina Darma.

Instagram sudah jadi satu di antara platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat pada beberapa tahun terakhir. (Priadana and Murdiyanto 2020). Instagram kini sudah jadi bagian esensial dari hidup banyak orang karena tingginya jumlah pengguna yang memiliki akun. Mereka dapat dengan mudah berbagi kegiatan atau aktivitas terkini di platform ini (Meidiana et al. 2022) Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa banyak institusi Pendidikan universitas yang menggunakan akun Instagram.

Dari data yang dianalisis *Napoleoncat* menyatakan bahwa jumlah pada Juni 2024, terdapat 90.183.200 Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 31,9 persen dari total populasi. Sebagian besar pengguna adalah wanita, dengan proporsi 54,2 persen, dengan kelompok terbesar 36.000.000 pengguna, yang terdiri dari kelompok umur 25 hingga 34 tahun. Selain itu, ada perbedaan gender yang lebih besar antara pria dan wanita di kelompok umur 18 hingga 24 Tahun, di mana wanita lebih banyak.12.600.000 pengguna (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/06/>)

Instagram menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan fakultas untuk menyampaikan informasi secara kreatif dan menarik, seperti melalui Instagram Stories, IGTV, Reels, dan fitur lainnya. Kini, media sosial Instagram tidak hanya

dimanfaatkan oleh individu, tetapi juga oleh kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, dan institusi pendidikan. (Sutrisno and Mayangsari 2022).

Pengembangan dan tata Kelola akun Instagram dalam bidang pendidikan sangat di butuhkan terutama dalam mengembangkan suatu universitas merupakan Langkah strategis untuk meningkatkan komunikasi dan informasi fakultas. (Nasrullah,2021). Dengan perencanaan dan pengolahan yang tepat, akun Instagram ini bisa dijadikan alat yang efektif dalam mencapai berbagai tujuan institusi, memperkuat komunitas dan meningkatkan citra kampus fakultas di mata public.

Kemajuan teknologi informasi serta komunikasi sudah merubah cara organisasi berinteraksi dengan publik. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform yang sangat populer di kalangan mahasiswa dan calon mahasiswa. Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma perlu memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan visibilitas dan engagement dengan stakeholder.

Saat ini, keberadaan akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma belum dikelola secara optimal. Konten yang diunggah cenderung sporadis dan kurang terstruktur. Selain itu, belum ada standar operasional prosedur (SOP) yang jelas untuk pengelolaan akun tersebut. Hal ini menyebabkan kurangnya konsistensi dalam penyampaian informasi dan branding fakultas.

Di sisi lain, tingginya minat calon mahasiswa terhadap program vokasi menuntut adanya sumber informasi yang dapat dengan mudah diakses serta *up-to-date*. Instagram dapat menjadi saluran yang efektif dalam melakukan penyebaran informasi yang berkaitan akan program studi, prestasi mahasiswa, kegiatan kampus, dan peluang karir lulusan. Namun, tanpa tata kelola yang baik, potensi

Instagram sebagai media promosi dan komunikasi belum dimanfaatkan secara maksimal.

Pengembangan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma menjadi penting untuk meningkatkan citra dan daya saing fakultas. Diperlukan bagaimana strategi pengelolaan konten yang terencana, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik yang di harapkan audiens.

Melalui pengembangan tata kelola ini, diharapkan akun Instagram Fakultas Vokasi dapat menjadi sumber informasi terpercaya dan menarik bagi calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, serta mitra industri. Hal ini pada gilirannya akan mendukung upaya peningkatan jumlah mahasiswa, kualitas akademik, dan kerja sama dengan dunia industri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperlukan kajian dan penyusunan strategi pengembangan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma yang komprehensif dan berkelanjutan. Berdasar pada uraian yang telah dipaparkan sebelumnya maka timbul ketertarikan dari penulis dalam melakukan pemilihan tugas karya akhir terkait *Pengembangan Dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka yang jadi perumusan masalah yang ingin peneluis bahas ialah Bagaimana Pengembangan Dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui hasil pengembangan dan tata Kelola instagram fakultas vokasi universitas bina darma.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dikerjakan, penulis mengharapkan bisa memberi manfaat seperti ini:

a. Manfaat teoritis

Menyediakan bukti empiris tentang bagaimana teori keterlibatan dapat diterapkan dalam praktik nyata di media sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi audiens.

b. Manfaat praktis

Membantu tim media sosial dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi konten secara lebih efisien dan efektif.

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menurut buku (Sugiono 2018) menerangkan bahwa penelitian kualitatif ialah suatu proses penelitian yang memiliki tujuan melakukan pemahaman fenomena manusia atau sosial dengan memberikan ilustrasi yang menyeluruh serta kompleks, biasanya dipaparkan pada wujud kata-kata. Penelitian ini melaporkan pandangan mendalam dari informan dan dikerjakan pada lingkungan alami. Langkah-langkah yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dikerjakan pada Universitas Bina Darma Palembang, yang berlokasi pada Jl. Jendral Ahmad Yani No. 3, 9/10 Ulu, Kecamatan Sebrang Ulu 1,

Kota Palembang, Sumatra Selatan 30111, dengan nomor telepon (0711) 515582. Penelitian ini difokuskan pada akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma.

b. Jenis dan sumber data

Pada penelitian ini, dibutuhkan data serta informasi yang komprehensif. Berikut ialah jenis-jenis data yang digunakan pada penelitian.

a. Data primer

Yakni data yang penulis himpun dari objek penelitian lewat wawancara serta interaksi dengan mahasiswa

b. Data sekunder

Yakni data yang didapati dari studi pustaka, termasuk buku-buku dan literatur lain yang memiliki kaitan akan topik penelitian.

c. Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini, data atau informasi yang diperlukan sesuai dengan masalah yang dihadapi diperoleh melalui metode-metode berikut:

a. Wawancara

Yaitu Penelitian ini dikerjakan melalui cara berinteraksi langsung dan melakukan pengajuan pertanyaan pada mahasiswa yang mengikuti akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma.

b. Observasi

Yaitu pengamatan secara langsung pada Instagram fakultas vokasi universitas bina darma.

c. Literatur

Dikerjakan melalui cara menghimpun data dan mempelajari serta menggali informasi maupun literatur cetak beserta sumber-sumber online untuk menjadi rujukan relevandengan laporan penelitian ini sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir, serta referensi dari sumber internet yang di pelajari dapat di temukan dalam daftar Pustaka.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan ini, pokok yang diungkapkan secara sistematis terdiri dari IV (Empat) Bab Dimana di antaranya bab yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan dan menyangkut masalah pengembangan dan tata Kelola instagrma fakultas vokasi bina darma. Untuk mempermudah dalam pemahaman ini, maka sistematis penulisan disusun seperti ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab Ini Akan Membahas Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian Dan Sistematis Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab Ini Akan Membahas Mengenai Sejarah Singkat Perusahaan, Logo Instansi, Struktur Organisasi Fakultas Vokasi Universitas Bina Darama Dan Media Informasi Fakultas Vokasi.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

bab ini penulis memaparkan mengenai hasil pembahasan terkait pengembangan dan tata Kelola Instagram fakultas vokasi bina darma. Yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis akan mengemukakan inti dari pembahasan pada uraian-uraian dalam serangkaian bab sebelumnya. Melalui kesimpulan itu penulis mencoba memberikan saran ataupun pendapat untuk memecahkan sebuah persoalan pada saat pengembangan dan tata kelola fakultas vokasi universitas bina darma.

