

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan dunia pendidikan saat ini. Karena pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan hingga teknologi di era globalisasi ini, salah satunya adalah masyarakat dapat dengan mudah menggunakan fasilitas internet untuk menambah wawasan dan pengetahuan, mempromosikan komunikasi jarak jauh, dan memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat luas dengan menggunakan fasilitas internet salah satunya menggunakan media sosial Instagram. Perkembangan yang sangat penting ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan untuk memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat luas melalui media sosial instagram.

Untuk memenuhi kebutuhan informasi, saat ini media sosial banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha (Yasundari, 2016). Media sosial sendiri adalah alat yang ampuh bagi perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, berbagi konten, memahami pelanggan, dan membangun kepercayaan. Fasilitas yang disediakan oleh media sosial memudahkan iklan suatu perusahaan menjangkau target audiens yang lebih luas. Berbagai fitur yang disediakan juga mendorong para pebisnis hingga lembaga pendidikan untuk membuat berbagai strategi marketing baru seperti kampanye melalui media sosial.

Platform media sosial instagram digunakan oleh masyarakat untuk melakukan banyak hal seperti melakukan bisnis, mencari informasi, hingga mengadakan kampanye di media sosial. Mayoritas pengguna media sosial instagram yang aktif di Indonesia pada bulan April 2021 berasal dari kelompok usia 18-24 tahun atau 33,9 juta. Secara khusus, 19,8% pengguna aplikasi adalah wanita, sementara 17,5% adalah pria. Kemudian, disusul dengan kelompok usia 25-34 tahun pengguna Instagram kedua di Tanah Air. Tercatat, pengguna aplikasi ini yang berjenis kelamin perempuan sebesar 16,9%, sedangkan dan laki-laki sebesar 15,3%. Sedangkan, kelompok usia 13-17 tahun

diurutkan pengguna terbanyak, selanjutnya sebanyak 7% pengguna adalah perempuan dan 5,2% pengguna merupakan laki-laki. Di kelompok usia 35-44 tahun, perempuan pengguna Instagram sebanyak 6% dan laki-laki 5,5% (Cat, 2021).

Kampanye media sosial merupakan kampanye digital yang direncanakan dan terintegrasi melalui media sosial. Saat ini, berbagai aktivitas mudah ditemukan di berbagai platform media sosial, seperti Instagram. Instagram memiliki fitur hashtag yang memudahkan orang menemukan hal-hal yang mereka minati hanya dalam beberapa kalimat. Menggunakan tagar memudahkan orang untuk terhubung dengan berbagai topik, hobi, dan komunitas tertentu. Kampanye media sosial menggunakan fasilitas ini untuk terhubung dengan audiens target mereka dan menyebar dengan cepat. Instagram juga memiliki fitur story dengan durasi 15 detik dan reels dengan durasi 30 detik yang dapat mempermudah suatu kampanye dalam mendapatkan respon dari audiens.

SMK Satria merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memanfaatkan platform instagram sebagai media kampanye digital. Instagram SMK Satria dapat diakses menggunakan aplikasi instagram dengan domain akun @smksatriaajt. Akun instagram ini memiliki 1.690 unggahan dan 5.015 pengikut yang digunakan oleh SMK Satria sebagai sarana publikasi lembaga pendidikan serta pemberian informasi mengenai PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) melalui kampanye digital dengan memanfaatkan berbagai fitur instagram yang tersedia. Pada akun instagramnya, SMK Satria menunjukkan berbagai macam prestasi yang diraih para siswa didik hingga memperkenalkan berbagai macam jurusan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh target market yaitu anak didik di sekolah menengah pertama (SMP).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul: **“STRATEGI KAMPANYE DIGITAL SMK SATRIA MELALUI AKUN INSTAGRAM @smksatriaajt”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini terfokus pada strategi pemasaran dengan menggunakan kampanye digital melalui media sosial Instagram yang diuraikan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Metode apa saja yang digunakan dalam kampanye digital smk satria pada akun instagram @smksatriaajt?
2. Bagaimana SMK Satria melakukan kampanye digital pada media sosial instagram dari segi content, promosi dan visualisasi kegiatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui metode apa saja yang digunakan dalam kampanye digital smk satria pada akun instagram @smksatriaajt.
2. Mengetahui proses kampanye digital pada media sosial instagram oleh SMK Satria dari segi content, promosi dan visualisasi kegiatan?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah penulis dapat pengetahuan tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh SMK Satria dengan menggunakan kampanye digital melalui platform media sosial Instagram sesuai dengan judul tersebut kegunaan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat berguna untuk membantu pengembangan, perluasan, memperluas wawasan ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi kampanye digital melalui platform media sosial Instagram. Penelitian ini dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian lebih lanjut, baik untuk penelitian yang bersangkutan maupun oleh penelitian lain sehingga penelitian dapat dilakukan secara berkeseimbangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi dan masukan bagi lembaga pendidikan yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini agar dapat membuat strategi yang lebih baik.