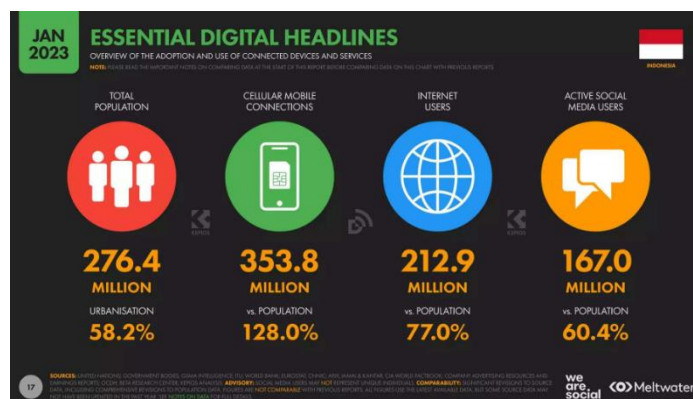


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

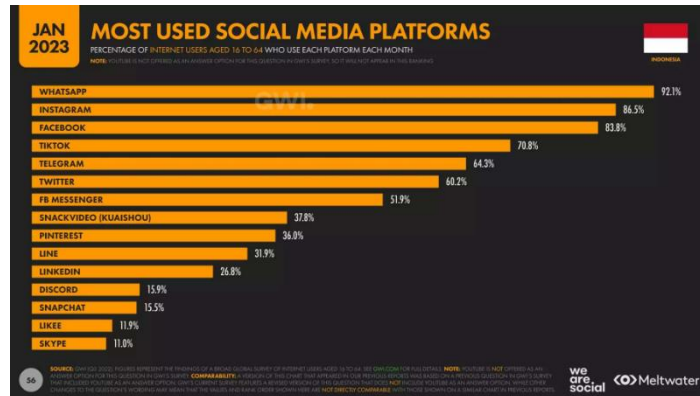
Pesatnya kemajuan teknologi digital ditengah arus globalisasi dan transformasi industri 4.0 memberikan banyak dorongan dengan memberikan dampak pertumbuhan yang pesat di industri digital. Media digital menjadi sebuah tantangan bagi sumber daya manusia untuk beradaptasi dalam mengaplikasikan dan menggunakan teknologi digital. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam era globalisasi dan Industri 4.0, teknologi digital mempercepat perubahan organisasi, yang memerlukan sumber daya manusia untuk mengembangkan kompetensi baru seperti literasi digital dan kemampuan beradaptasi. *Platform* media digital menantang keterampilan tenaga kerja tradisional, yang memerlukan pembelajaran berkelanjutan dan inovasi untuk mengurangi risiko penggantian pekerjaan dan meningkatkan produktivitas.



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social dan Hootsuite (2023)

Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite (2023), jumlah populasi di Indonesia sebanyak 276,4 juta orang, pengguna internet mencapai 212,6 juta orang, atau sekitar 77% dari total populasi, dengan pengguna sosial media aktif 167 juta orang atau sekitar 60,4% dari total populasi, dan perangkat mobile yang terhubung 353,8 juta dari 128% dari total populasi.



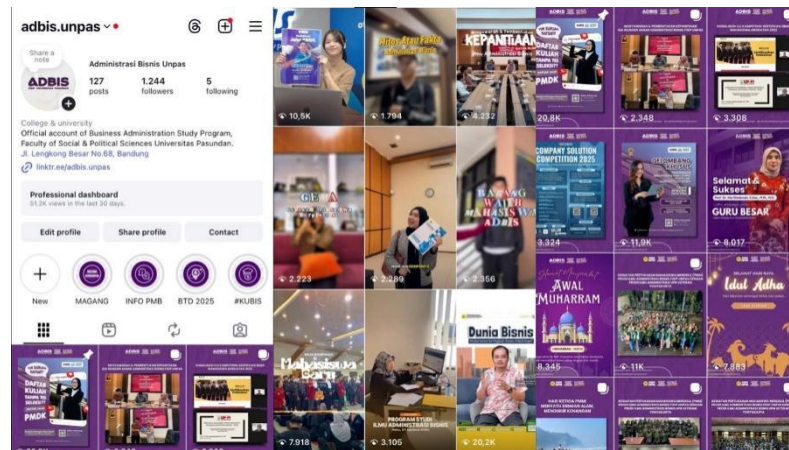
Gambar 1. 2 Urutan Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: We Are Social dan Hootsuite (2023)

Platform Instagram menjadi urutan kedua terbanyak untuk pengguna media sosial, sebesar 86,5% dari jumlah populasi. Alasan orang Indonesia menggunakan internet adalah untuk mencari sumber informasi, mencari ide dan inspirasi, berhubungan dengan teman dan keluarga dari jarak jauh, serta menggunakan internet untuk menonton *video* dan *film*.

Media sosial Instagram digunakan untuk menjadi pusat membagikan informasi untuk berkomunikasi dengan audiens. Banyak instansi pendidikan menggunakan *platform* Instagram untuk menjangkau dan berinteraksi dengan partisipasi aktif khususnya Generasi Z usia 18 - 24 tahun yang berpotensi menjadi calon mahasiswa.

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (Adbis) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pasundan Bandung merupakan salah satu program studi terkemuka di Jawa Barat yang terakreditasi “Unggul” dengan visi “Menghasilkan Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Yang Memiliki Jiwa Entrepreneur dan Mampu Bersaing di Tingkat Nasional dan Internasional dengan Mengusung Nilai Keislaman dan Kesundaan pada Tahun 2037”. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan memanfaatkan *platform* Instagram dengan akun @adbis.unpas untuk mempromosikan identitasnya kepada khalayak luas.



Gambar 1.3 Profile Instagram @adbis.unpas

Akun Instagram @adbis.unpas memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.244, 127 postingan, dan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Isi dari postingannya membagikan konten visual seperti informasi perkuliahan, dokumentasi kegiatan dosen dan mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, testimoni alumni sukses, serta konten-konten ringan seperti wawancara dengan mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dengan tujuan untuk meningkatkan pengenalan terkait

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis kepada khalayak luas terutama siswa Sekolah Menengah Atas (SMA).

Namun, potensi Instagram sebagai sarana promosi digital dalam efektivitas untuk membangun *awareness* masih menjadi tantangan bagi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan. Hanya sedikit siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) di wilayah Bandung mengenali Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan sebagai opsi prioritas untuk pendidikan bisnis dibandingkan dengan pesaing di Universitas Negeri seperti Universitas Padjajaran (UNPAD) dan Institut Teknologi Bandung (ITB), serta Universitas Swasta seperti Universitas Parahyangan dan Telkom University.

Berikut merupakan data dari hasil survei terhadap mahasiswa baru angkatan tahun 2025 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan:



Gambar 1. 4 Hasil Responden Terhadap Mahasiswa Baru Angkatan 2025

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNPAS

Sumber: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNPAS

Dari data dihasilkan bahwa informasi dan minat memilih Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan didapatkan dari Instagram dan Tiktok sebanyak 33,8%, referensi dari teman dan saudara sebanyak 28,5%, web universitas sebanyak 23,2%, *walk in* mendatangi langsung ke kampus sebanyak 6%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa baru lebih banyak mendapatkan informasi terkait Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan melalui akun Instagram @adbis.unpas.

Dari gambar diatas dapat disebutkan bahwa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan cukup berhasil dalam menarik perhatian audiens terutama kalangan siswa siswi Sekolah Menenga Atas (SMA) untuk memilih menjadi mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan lewat postingan-postingan yang dipublikasikan di Instagram @adbis.unpas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas *awareness* dan meningkatkan daya tarik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan, serta untuk mendorong partisipasi dalam kegiatan akademik.

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini menekankan pada penilaian terhadap efektivitas penggunaan Instagram @adbis.unpas dalam meningkatkan *awareness* pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan berdasarkan

pada model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam seberapa berhasil akun Instagram @adbis.unpas membuat audiens lebih sadar dan mengenal Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana gambaran umum Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan?
- 2) Bagaimana strategi konten dan aktivitas di akun Instagram @adbis.unpas dirancang untuk membangun *awareness*?
- 3) Apa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas akun Instagram @adbis.unpas?
- 4) Apa tantangan utama dalam optimalisasi akun Instagram @adbis.unpas untuk meningkatkan *awareness*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

- 1) Mendeskripsikan terkait profil Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan, yang mencakup elemen-elemen kunci seperti visi, misi, struktur kurikulum, serta karakteristik mahasiswa dan dosen yang terlibat.

- 2) Melakukan analisis terhadap strategi pembuatan konten dan kegiatan promosi yang dilakukan pada akun Instagram @adbis.unpas, termasuk bagaimana strategi tersebut dirancang dan diterapkan secara praktis untuk mendukung pembentukan dan peningkatan *awareness*.
- 3) Mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal seperti kapasitas sumber daya tim pengelola dan standar kualitas konten yang dipublikasikan, serta faktor-faktor eksternal seperti dinamika tren *platform* dan pola perilaku audiens atau calon mahasiswa yang memiliki dampak terhadap keberhasilan pengelolaan akun Instagram @adbis.unpas.
- 4) Merumuskan hambatan yang muncul selama proses pengoptimalan akun Instagram @adbis.unpas untuk meningkatkan *awareness* Program Studi, serta menyusun saran praktis untuk mengatasi tantangan tersebut secara efektif.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan efektivitas Instagram dalam meningkatkan *awareness*. Selain itu dapat digunakan sebagai referensi perpustakaan Program Studi Ilmu Administrasi Universitas Pasundan.

2) Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan efektivitas Instagram dalam meningkatkan *awareness*. Selain itu dapat digunakan sebagai referensi perpustakaan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman teoritis mengenai digital marketing lewat sosial media Instagram yang mempengaruhi *awareness*.

b) Bagi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan

Penelitian ini dapat berguna bagi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan Tim Media Sosial Instagram @adbis.unpas untuk mengetahui efektivitas terhadap pengaruh konten yang dipublikasikan terkait Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan terkait *awareness*.

c) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi yang bermanfaat tentang efektivitas akun Instagram @adbis.unpas dalam meningkatkan *awareness* pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan.

1.6. Lokasi dan Lamanya Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Bandung. Tempat dan kantor objek penelitian berada di Jalan Lengkong Besar, No. 68, Cikawao, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261.

2) Lamanya Penelitian

Tabel 1. 1 Jadwal dan Waktu Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2025-2026																								
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
TAHAP PERSIAPAN																										
1	Penjajakan																									
2	Studi Kepustakaan																									
3	Pengajuan Judul																									
4	Penyusunan Usulan Penelitian																									
5	Seminar Usulan Penelitian																									
TAHAP PENELITIAN																										
1	Pengumpulan Data																									
	a. Observasi																									
	b. Wawancara																									
	c. Dokumentasi																									
	d. Studi Kepustakaan																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
TAHAP PENYUSUNAN																										
1	Pembuatan Laporan																									
2	Perbaikan Laporan																									
3	Sidang Skripsi																									

Sumber : Data Diolah Peneliti Tahun 2025