

# **BAB I**

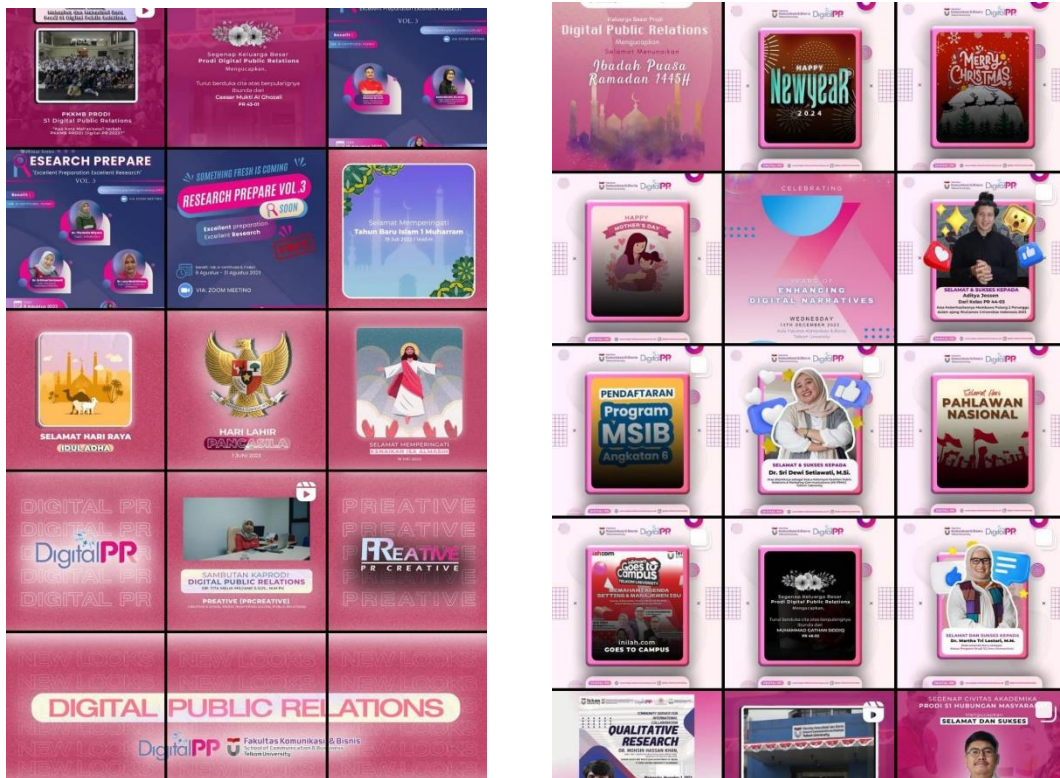
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Universitas Telkom sebagai salah satu Universitas Swasta terbaik di Indonesia memiliki berbagai Fakultas dan Program Studi (Prodi)-nya yang dapat menunjang kemampuan dan keterampilan mahasiswa di bidang yang diminati. Pada hal ini, Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) mewadahi program-program studi seperti Hubungan Masyarakat atau lebih dikenal dengan sebutan *Digital Public Relations* (Digital PR), Ilmu Komunikasi (Ilkom), Administrasi Bisnis (Adbis), Digital Content Broadcasting (DCB). Keempat Prodi yang dinaungi oleh Fakultas Komunikasi dan Bisnis ini menggunakan berbagai media sosial dengan tujuan untuk mempermudah penyebaran informasi-informasi penting kepada masyarakat secara digital.

Penyampaian informasi ini dilakukan oleh mereka dengan harapan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat, mempengaruhi opini publik serta menjaga reputasi dan citra positif dari Universitas Telkom. Penggunaan berbagai media sosial diterapkan oleh empat prodi ini dilakukan dengan harapan dapat meraih kesadaran masyarakat dari berbagai kalangan. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah media sosial Instagram. Mudah-mudahan proses pengunggahan media menjadi salah satu keunggulan media sosial Instagram yang dimanfaatkan oleh Empat prodi tersebut dalam menyampaikan berbagai jenis informasi seperti kegiatan prodi, hiburan, maupun peringatan hari besar nasional.

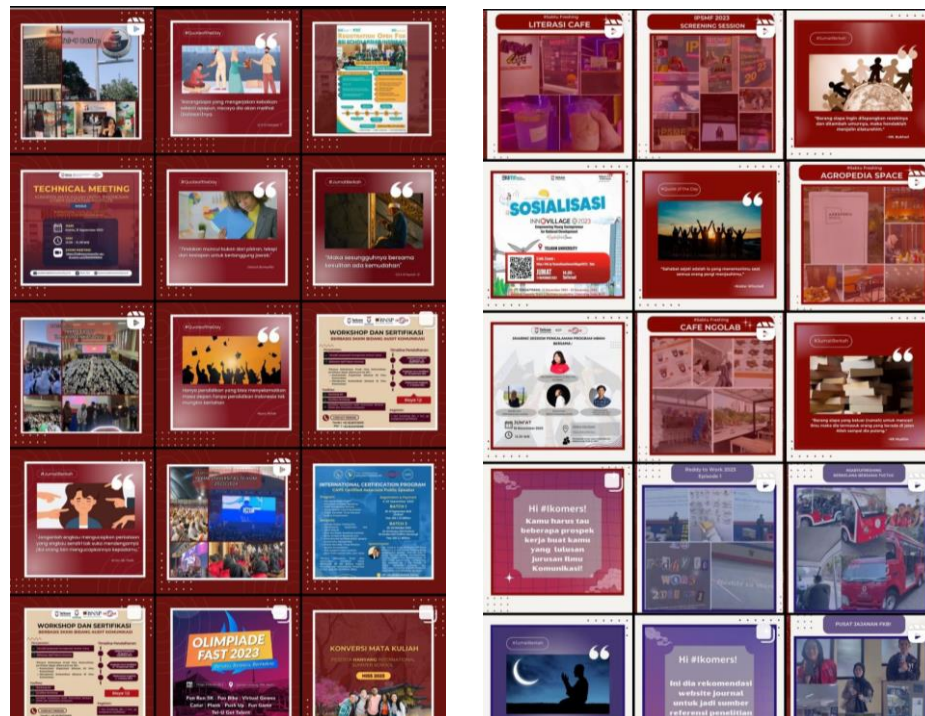
*Feeds* merupakan konten yang terus menerus diunduh dan digunakan untuk proses distribusi berbagai konten digital berupa gambar, video, atau audio (Lutrell 2022). Dalam penyusunan konten untuk *feeds* Instagram, para program studi mengunggah konten dengan suatu konsep warna atau template masing-masing untuk memenuhi nilai estetika *feeds*. Berikut dibawah ini salah satu contoh beberapa konten yang telah diunggah oleh prodi Digital Public Relations sehingga membentuk estetika *feeds* tertentu.



Gambar 1 Feeds Instagram Prodi Digital Public Relations / Sumber: Instagram Prodi Digital Public Relations

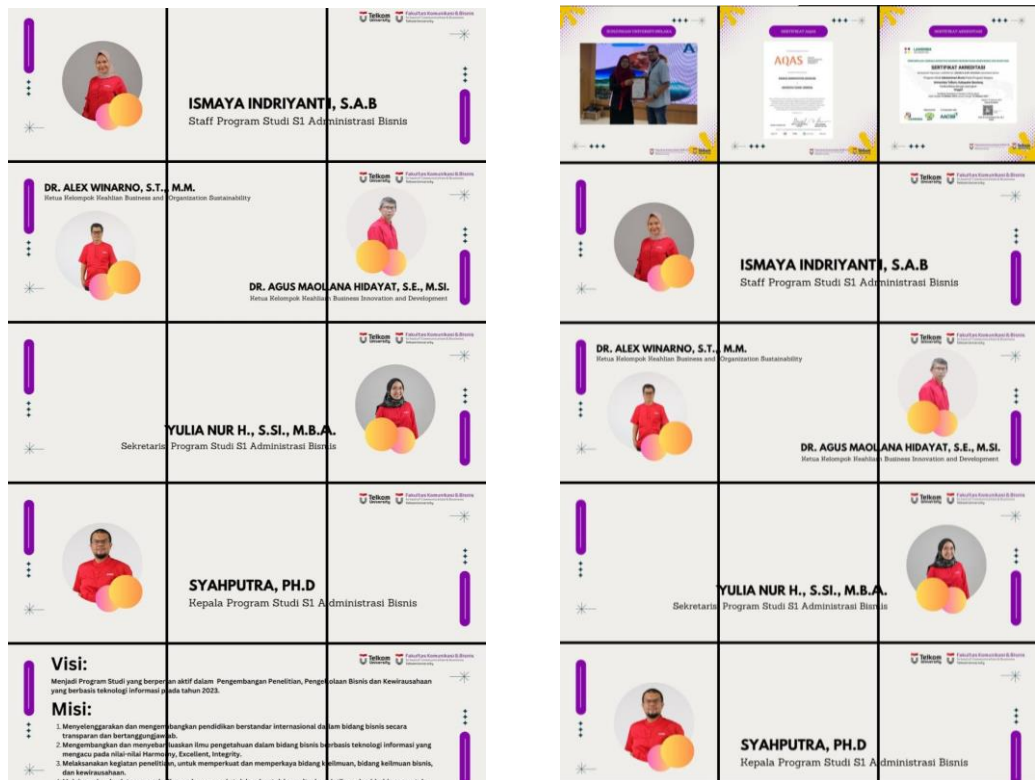
Prodi Digital Public Relations memproduksi konten-konten yang berupa informasi seperti penghargaan untuk dosen atau mahasiswa DPR atas pencapaiannya, ada juga konten informasi berupa pendaftaran suatu program sosialisasi sampai kegiatan-kegiatan prodi yang telah dilakukan. Konten-konten tersebut tidak luput dengan adanya pengenalan singkat seputar program studi DPR, dosen-dosennya, hingga adanya konten peringatan hari besar nasional.

Selanjutnya adapun *feeds* Instagram yang dikelola oleh prodi Ilmu Komunikasi, sebagai berikut:



Gambar 2 Feeds Instagram Prodi Ilmu Komunikasi / Sumber: Instagram Prodi Ilmu Komunikasi

Tidak jauh berbeda dengan prodi DPR sebelumnya, prodi Ilmu Komunikasi juga memproduksi konten-konten yang berupa informasi seperti pembukaan pendaftaran untuk berbagai sosialisasi yang akan dilaksanakan sampai dengan profil Ilmu Komunikasi sebagai Prodi di Fakultas komunikasi dan Bisnis. Namun, selain itu, konten yang lebih sering diunggah pada Instagram Ilkom ini adalah *quotes-quotes* dari berbagai sumber serta konten mengenai fasilitas dan tempat hiburan yang ada di universitas telkom. Pengenalan fasilitas dan tempat hiburan ini menggunakan jenis konten *reels* sehingga pemaparan informasi seputar objek yang sedang dikaji disajikan dengan cukup detail dan menyenangkan.



Gambar 3 Feeds Instagram Prodi Administrasi Bisnis / Sumber: Instagram Prodi Administrasi Bisnis

Dibandingkan dengan dua prodi sebelumnya, prodi Administrasi Bisnis tidak terlalu aktif pada pengunggahan konten pada Instagram. Konten yang telah diunggah hanya berupa pengenalan singkat mengenai program studi Administrasi Bisnis, visi, misi, dengan dosen-dosennya. Selain itu, terdapat konten yang berupa informasi sertifikasi program studi Administrasi Bisnis dan salah satu kegiatan yang pernah dilakukan oleh Adbis. Selain itu, tidak ada konten-konten lain yang memenuhi *feeds* Instagram Adbis.



Gambar 4 Feeds Instagram Prodi Digital Content Broadcasting / Sumber: Instagram Prodi Digital Content Broadcasting

Prodi Digital Content Broadcasting yang merupakan salah satu prodi terbaru yang ada di Fakultas Komunikasi dan Bisnis memiliki Instagram dengan berbagai unggahan yang mempunyai jenis informasinya tersendiri, mulai dari konten pengenalan profil Prodi, pendaftaran kuliah umum dan sosialisasi, serta peringatan hari besar. Hanya saja, konten yang diunggah pada Instagram Prodi DCB banyak berupa konten edukasi seputar fokusnya prodi tersebut terhadap Digital Content Broadcasting. Hal ini berupa *tips and trick*, *fun fact*, dan informasi mendalam mengenai prodi DCB tersebut.

Dalam penyampaian informasi secara visual melalui Instagram, tentunya ada beberapa elemen yang perlu diperhatikan seperti penggunaan *typography*, pemilihan warna, dan *layout*. Hal ini diambil dari penjelasan rinci mengenai teori psikologi desain yang mengemukakan bahwa psikologi desain menerapkan beberapa prinsip yaitu *gestalt*, pemilihan warna, semiotika, *typography* dan juga *layout* sebuah desain

(Kezia Rinaldi 2022). Pada penelitian ini, prinsip *layout* dinyatakan sebagai desain *feeds*. Berdasarkan penelitian sebelumnya pada 2023 yang disusun oleh Rizkita Ayu Mutiarani, Putu Satria Udyana Putra, M. Royan Salsabil, Muhamad Iwan Safri, dan Wiki Wahyudi dengan judul *Analysis of Design Rules Application on Instagram Feed Radar Bali* (Rizkita Ayu Mutiarani 2023) yang membahas mengenai pengaplikasian peraturan desain terhadap *feeds* Instagram Radar Bali, penulisnya mengatakan bahwa “Desain *feed* Instagram yang tertata dengan baik pastinya memiliki nilai tambah tersendiri karena mempengaruhi komposisi dan akan menciptakan suatu estetika yang secara tidak langsung mempengaruhi psikologis dan emosi para pengikutnya. Desain pada *feed* Instagram juga dapat memberikan nilai berbeda dan menonjol pada akun yang menerapkannya”. Salah satu sifat dari desain *feeds* Instagram yang baik yaitu dapat memberikan nilai yang berbeda dan menonjol. Hal tersebut merupakan tujuan utama dalam penyusunan desain *feeds* Instagram. Dengan tercapainya tujuan tersebut, proses komunikasi yang dilakukan memiliki peluang besar menjadi komunikasi yang efektif.

Menurut jurnal penelitian yang berjudul “Sosial Media sebagai Sarana Kreasi dan Ekspresi Karya Seni Rupa dan Desain” yang disusun oleh I G. A. A Widiari Widyaswari dan I G. N. Widnyana (I Gusti Agung Ayu Widiari Widyaswari 2018), menyatakan bahwa “Dalam penyusunan *feeds* Instagram, konten-konten yang diunggah harus sesuai dengan tujuan dibuatnya sebuah akun karena isi dari *feeds* tersebut akan dinikmati oleh banyak orang.” Hal ini menyatakan seberapa penting desain konten untuk terciptanya *feeds* Instagram yang tertata dengan baik sehingga memikat pengunjung akun Instagram.

Berdasarkan latar belakang, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis penelitian ini dalam judul “Analisis Visual *Feeds* Instagram Empat Program Studi Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Universitas Telkom”. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif untuk membantu mengumpulkan data secara spesifik dan lebih mendalam terhadap pengelolaan *feeds* Instagram empat prodi tersebut dalam media sosial Instagram. Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data menggunakan studi literatur, studi komparasi, serta wawancara dengan pihak yang berkepentingan dalam pengelolaan media sosial Instagram Program-program studi di Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Selain itu, peneliti menemukan banyaknya ilmu yang bisa didapat sehingga penelitian

ini penting untuk dilakukan karena dapat menjadi bantuan evaluasi mengenai beberapa aspek dalam visualisasi feeds Instagram yang diperuntukkan untuk para pengguna media sosial Instagram, baik yang individu maupun brand atau instansi perusahaan. Dengan penelitian ini, peneliti berharap dapat memperluas ilmu peneliti seputar pentingnya penyusunan dan pembuatan konten di media sosial serta dapat menjadi masukan dan evaluasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan dalam perancangan media sosial Instagram empat prodi pada Fakultas Komunikasi dan Bisnis.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, berikut adalah beberapa pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini:

1. Bagaimana Visualisasi elemen-elemen dan susunan feeds Instagram Digital Public Relations, Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis, dan Digital Content Broadcasting?
2. Apakah konten visual feeds pada Instagram Digital Public Relations, Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis, dan Digital Content Broadcasting berhasil merepresentasikan profil Program Studi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini. antara lain:

1. Untuk mengetahui visualisasi susunan *feeds* Instagram Digital Public Relations, Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis, dan Digital Content Broadcasting.
2. Untuk mengetahui apakah konten visual feeds pada Instagram Digital Public Relations, Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis, dan Digital Content Broadcasting berhasil merepresentasikan profil Program Studi?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam manfaat penelitian ini, peneliti membagi manfaat menjadi 2 bagian, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Melalui penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi suatu bantuan evaluasi dalam pembuatan konten serta memperkaya ilmu pengetahuan seputar pembuatan konten yang ditujukan untuk publikasi di media sosial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat digunakan untuk contoh dan referensi untuk para *Content Creator*, baik untuk individu maupun untuk suatu instansi.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis visualisasi konten dan feeds Instagram empat prodi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Diketahui keempat prodi yang meliputi, Digital Public Relations, Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis, dan Digital Content Broadcasting, masing masing menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi. Oleh karena itu peneliti ingin melihat bagaimana visualisasi feeds Instagram yang digunakan keempat prodi tersebut dengan menggunakan konsep kriteria visualisasi yang baik menurut Vladimira Jurisova.

Subjek dalam penelitian ini meliputi; Prodi Digital Public Relations, Prodi Ilmu Komunikasi, Prodi Administrasi Bisnis, dan Prodi Digital Content Broadcasting. Keempat prodi tersebut merupakan prodi dibawah naungan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Pada tahap awal pengumpulan data dilakukan melalui observasi Instagram keempat prodi tersebut untuk mendapatkan data konten-konten *feeds* Instagram. Objek dalam penelitian ini adalah visualisasi feeds Instagram keempat prodi yang menjadi subjek penelitian. Penelitian ini berfokus pada bagaimana keempat prodi tersebut mengelola visualisasi konten-konten dalam feeds Instagram



dan apakah pengelolaan visualisasi konten-konten tersebut sudah mengikuti kriteria visualisasi feeds Instagram yang baik.

Peneliti membatasi penelitian ini sebelum dilakukannya perubahan nama Fakultas Komunikasi dan Bisnis menjadi Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial. Sehingga fokus pada penelitian ini masih ada pada susunan feeds konten Instagram sebelum perpindahan program studi Administrasi Bisnis ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Peneliti kemudian melakukan *monitoring* terhadap feeds Instagram subjek keempat prodi dalam waktunya masing-masing. Peneliti melakukan *monitoring* terhadap Instagram Prodi DPR dari postingan feeds tanggal 14 Mei 2023 hingga tanggal 1 Januari 2024. Selanjutnya Peneliti melakukan *monitoring* terhadap Instagram Prodi Ilkom dari postingan feeds tanggal 30 Agustus 2023 hingga tanggal 2 April 2024. Peneliti melakukan *monitoring* terhadap keseluruhan konten pada feeds Instagram prodi Adbis dan prodi DCB. Periode-periode *monitoring* yang ditentukan peneliti dilakukan untuk menghindari terjadinya penyimpangan sehingga penelitian dapat lebih terarah dan memudahkan pembahasan mencapai tujuan penelitian yang telah ditentukan. Hal tersebut peneliti lakukan dengan mempertimbangkan dan memperhatikan visualisasi susunan konten *feeds* Instagram masing-masing program studi yang menjadi inti pembahasan penelitian.

Alat analisis yang peneliti gunakan bersumber dari Vladimira Jurisova yang membahas mengenai beberapa kriteria visualisasi feeds Instagram yang baik, yaitu:

1. Tema. Pada pemilihan tema, sebuah brand harus memungkinkan untuk sepenuhnya konsisten dan harus bisa mencerminkan identitas visual brand tersebut. Tema berperan membawa gaya khas dan unik pada profil Instagram dan membuat *brand* tersebut mudah diingat.
2. Palet Warna. Pengaturan palet warna dan konsistensi terhadap palet tersebut menciptakan dasar prinsip visualisasi yang baik bagi setiap *brand*. Warna yang ditentukan akan menjadi elemen dasar identitas visual brand tersebut.
3. Typography. *Font* harus didasarkan pada identitas dan visualisasi desain dari brand.
4. Grid Layout. Untuk menciptakan tata letak yang baik, suatu *brand* harus bisa berpikir ke depan dan mengatur *postingan* ke dalam masing-masing kotak,

sehingga terciptanya interkoneksi yang dapat dilacak antara masing-masing konten yang diunggah.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1 Kerangka Waktu

No.	Tahapan Penelitian	2023			2024					
		Oct	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Menentukan Tema Penelitian dan Judul									
2	Proses Analisis Awal terhadap Objek dan Subjek Penelitian									
3	Penyusunan Bab 1									
4	Penyusunan Bab 2									
5	Penyusunan Bab 3									
6	Desk Evaluation									
7	Pengambilan Data									
8	Pengolahan Data									
9	Penyusunan Bab 4									
10	Penyusunan Bab 5									
11	Pendaftaran Sidang									
12	Sidang Skripsi									