

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan digital yang semakin pesat, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas manusia. John Locke (Locke, *An Essay Concerning Human Understanding*, 1690 menjelaskan bahwa teknologi adalah alat yang memungkinkan manusia untuk memahami dunia yang ada di sekitarnya[1]. Berkaitan dalam teknologi tentunya penggunaan media sosial menjadi sebagai alat komunikasi, namun sekarang media sosial juga sebagai sumber utama informasi yang memengaruhi cara pandang dan pemikiran banyak individu. Menurut laporan *We Are Social dan Hootsuite* pada tahun 2023 yang dipublikasikan oleh Data Digital Indonesia, bahwa di Indonesia hampir seluruh populasi yang memiliki akses internet juga aktif menggunakan media sosial dan menjadikan negara ini sebagai salah satu pasar media sosial terbesar di dunia[2]. Dilansir dari laman website Kalodata bahwa jumlah pengguna media sosial pada bulan Januari 2024 di Indonesia memiliki 139 juta pengguna yang setara dengan 49.9% dari populasi total penduduk Indonesia[3].

Dalam konteks ini *Cyber Academy* menggunakan konten di media sosial untuk meningkatkan *engagement* dan berbagi konten yang bersifat *edukatif* dan *informatif* seputar *cyber security*. Hal yang perlu diperhatikan ketika membuat konten di media sosial, perusahaan pastinya perlu menganalisis strategi konten untuk mengidentifikasi konten terbaik dan terburuk guna memperbaiki konten lebih berkualitas bagi pengikut atau pengguna internet di masa mendatang. Strategi konten yang berbasis data dan analisis preferensi audiens perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal dan menarik sehingga audiens terdorong untuk berinteraksi lebih aktif seperti memberikan like, komentar, atau membagikan konten[4]. Dengan *engagement* yang tinggi menjadi indikator positif keberhasilan strategi konten dalam memperkuat hubungan antara merek dan konsumen serta memperluas jangkauan pesan di ranah digital[5].

Semakin luasnya akses internet di Indonesia tentunya masyarakat perlu mempelajari tentang *cyber security* karena banyak modus penipuan lewat internet. Menurut sumber dari Re-Solution (2025), *Cyber Security Awareness* mencakup pemahaman tentang berbagai jenis ancaman seperti phishing, rekayasa sosial, dan malware[6]. Dengan adanya konten-konten yang dibuat *Cyber academy* bisa memberikan pemahaman bagi masyarakat Indonesia tentang cara melindungi data pribadi dan berbagai kejahatan siber. *Cyber academy* mengolah konten di beberapa platform seperti Youtube, Instagram, dan TikTok, pada tiap platform media sosial tentunya tidak akan sama dalam tingkat *engagement* karena ada banyak faktor yang harus menyesuaikan konten dengan karakteristik dan tren pada masing-masing platform. Dengan demikian *engagement* yang tinggi menjadi indikator positif keberhasilan

strategi konten dalam memperkuat hubungan antara merek dan konsumen serta memperluas jangkauan pesan di ranah digital[7].

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada berikut rumusan masalahnya:

1. Bagaimana strategi konten yang diterapkan *Cyber Academy* di media social dalam meningkatkan *engagement*?
2. Bagaimana tingkat *engagement* konten media sosial *Cyber Academy* dalam menyampaikan edukasi seputar keamanan siber kepada masyarakat?
3. Bagaimana dampak strategi konten *Cyber Academy* terhadap peningkatan *engagement* audiens di media sosial?

1.2.2 Solusi

Berdasarkan rumusan masalah yang ada berikut solusinya:

1. Dalam strategi konten untuk meningkatkan *engagement* media sosial *Cyber Academy*, pembuat konten harus memahami topik tentang *cyber security* yang relevan dan relate bagi *audiens*, gunakan bahasa yang mudah dipahami oleh *audiens* awam tentang *cyber security*, ikuti tren terbaru yang hits untuk topik konten, pakai hastagh yang tepat agar membantu konten ditemukan oleh *audiens*, gunakan konten sebagai alat interaksi yang aktif dengan audiens, dan dan buat konten hiburan atau *entertainment* dengan topik
2. Melakukan analisis data *engagement* seperti like, komentar, share, save, dari berbagai platform seperti tiktok, Instagram, dan youtube untuk mengukur efektivitas konten. Hasil analisis ini dapat diajukan acuan untuk mengidentifikasi jenis konten yang paling diminati dan berpengaruh.
3. Konten yang bersifat edukatif namun dikemas secara menarik seperti video singkat, animasi, hingga narasi storytelling untuk mendorong audiens berinteraksi melalui komentar atau pesan di media sosial dan membagikan konten tersebut. Penyesuaian karakteristik tiap platform juga meningkatkan efektivitas penyebaran pesan keamanan siber.

1.3 Tujuan

Setelah melihat dari rumusan masalah dan solusi diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi konten yang diterapkan oleh *Cyber Academy* dalam meningkatkan *engagement* di media sosial.

2. Untuk menganalisis tingkat engagement dari konten media sosial Cyber Academy dalam menyampaikan edukasi seputar keamanan siber kepada masyarakat.
3. Untuk mengevaluasi dampak strategi konten terhadap peningkatan engagement audiens di media sosial yang dikelola oleh Cyber Academy.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditulis objek dalam batasan masalah ini dibatasi pada *Cyber Academy*, divisi edukasi dari PT Global Inovasi Siber Indonesia (CyberArmyID) yang bergerak bidang di dalam bidang pelatihan dan penyuluhan mengenai keamanan siber melalui media sosial. Lalu platform media sosial hanya mencakup Tiktok, Instagram, Youtube yang digunakan *Cyber Academy* untuk menyebarkan konten. Untuk pembahasan tingkat *engagement* diukur secara kuantitatif seperti jumlah like, komentar, share, save, views dan diperkuat dengan analisis pada interaksi penggunaan dalam respon terhadap konten.

1.5 Penjadwalan Kerja

Berikut adalah tabel jadwal pelaksanaan magang sebagai Digital Marketing Officer di PT Global Inovasi Siber Indonesia.

NO	Deskripsi Kerja	Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembagian Tugas																								
2	Pembuatan Konten																								
3	Analisis Konten																								
4	Penilaian																								

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Magang