

BAB III

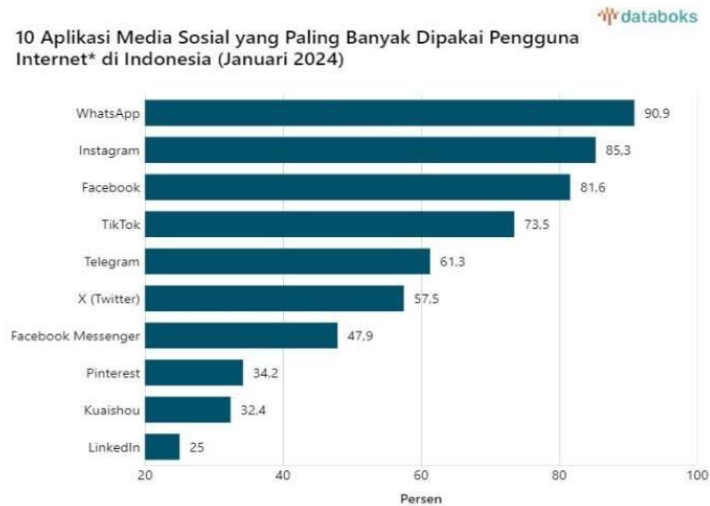
HASIL DAN PEMBAHASAAN

Penelitian ini disusun berdasarkan teori media baru yang sejalan dengan hasil wawancara terhadap subyek penelitian dan objek penelitian. Objek penelitian ini yaitu strategi komunikasi digital yang dilakukan BRIN dalam meningkatkan pengenalan publik terhadap BRIN pada *platform* media sosial instagram. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, dengan narasumber ibu Sherly Julianti, yang menjabat sebagai Pelaksana Fungsi di Biro Komunikasi Publik, Umum, dan Kesekretariatan BRIN, khususnya dalam hal distribusi informasi media sosial BRIN atau sebagai Koordinator Media Sosial BRIN. Setelah melakukan wawancara dengan informan, peneliti akan melanjutkan dengan deskripsi berdasarkan temuan data penelitian.

3.1 Jejaring Sosial Instagram

Instagram, sebagai *platform* jejaring sosial yang sangat populer di Indonesia, menawarkan potensi besar bagi BRIN untuk meningkatkan pengenalan publik terhadap lembaga ini. Dengan visual daya tarik dan fitur-fitur interaktifnya, Instagram memungkinkan BRIN menjangkau audien yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di *platform* ini. Berikut penjelasan mengenai strategi komunikasi digital pada Instagram:

3.1.1 Instagram Sebagai *Platform* Komunikasi



Sumber: Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Januari 2024
(*researchgate.net*).

Gambar 3. 1 Data Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia

Berdasarkan Gambar 3.1, Melalui data yang diambil dari databoks yang diakses melalui *researchgate.net* diperoleh data bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2024 dengan memperoleh data 85,3%. Dalam pandangan (Lawrence, 2023), Instagram memiliki beberapa karakteristik unggulan seperti pada kemampuannya untuk menyediakan metrik dan data *insight* yang mendalam, seperti tingkat keterlibatan (*engagement rate*), jangkauan (*reach*), dan impresi (*impressions*), yang memungkinkan pengguna untuk menganalisis performa konten secara efektif. sehingga memungkinkan meningkatkan daya tarik serta

keterlibatan Masyarakat lebih luas (Nadzarfi dan Normawati, 2024). Hal ini didukung oleh wawancara dengan narasumber yang menyatakan, *“Bagi BRIN atau organisasi pemerintah, Instagram dinilai sangat efektif untuk edukasi masyarakat, branding, dan aktivitas sosial.”* Penggunaan Instagram sebagai jejaring sosial sejalan dengan penekanan media baru pada interaktivitas, aksesibilitas, dan keserbagunaan. Artinya Instagram bisa berinteraksi dua arah antara BRIN dan juga publik, lebih mudah dijangkau Masyarakat, serta terbantu dengan banyaknya fitur-fitur di Instagram. Berdasarkan hal tersebut peran instgram menjadi sangat penting bagi BRIN.

3.2 Menyebarkan Informasi Melalui Instagram

3.2.1 Konten Informatif dan Menarik

a) Menentukan Tema

Dalam proses pembuatan konten yang informatif dan juga menarik, BRIN melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap situasi kondisi masyarakat saat ini. Seperti yang di sampaikan bahwa *“Mencari informasi terkini seputar riset dan inovasi, serta program pemerintah terkait, Tim media sosial BRIN mengandalkan dua sumber utama. Pertama, menelusuri website BRIN untuk mendapatkan informasi langsung dan valid. Kedua, memanfaatkan Google untuk menemukan topik-topik hangat (trending topics) terkait riset dan inovasi, setelahnya kami menentukan siapa yang cocok untuk menjadi talent”*

Dengan menentukan tema terlebih dahulu memungkinkan bahwa informasi yang disampaikan BRIN bisa tetap informatif dan menarik. Terkadang BRIN menggunakan statement dari beberapa *statement* periset, untuk memberitahu bahwasanya konten yang di bagikan BRIN tidak hoaks. Seperti yang telah disampaikan oleh narasumber, *“Sering kali pada konten-konten BRIN terdapat statement periset untuk mengkurasi dan memvalidasi konten dan informasi BRIN tidak hoax atau mengarang. Sering kali tim media sosial BRIN selalu mencantumkan sumber. Seperti link beritanya, link websitenya, atau bahkan link jurnalnya”*.

b) Menentukan Jadwal Posting

Dalam mengunggah sebuah konten BRIN memiliki jadwalnya sendiri, seperti yang disampaikan bahwa *"Biasanya, timeline konten ditetapkan secara mandiri, dengan satu konten diproduksi setiap hari. Penjadwalan ini disesuaikan dengan kebutuhan, dan sering kali terdapat permintaan khusus dari pimpinan atau unit kerja yang ada di BRIN. Selain itu, terkadang pihak luar juga mengajukan permintaan."* Penjadwalan dan produksi konten harian ini menunjukkan komitmen BRIN dalam menyampaikan informasi secara berkelanjutan.

c) Fitur yang Digunakan

Sejalan dengan teori media baru, *platform* media sosial seperti Instagram menawarkan beragam fitur yang menarik perhatian

masyarakat. BRIN, sebagai lembaga riset dan inovasi nasional, memanfaatkan fitur-fitur ini secara optimal, tidak hanya melalui unggahan foto dan video, tetapi juga infografis dan konten menarik lainnya. Berdasarkan analisis media sosial instagram BRIN saat ini, BRIN menggunakan warna – warna, gambar, dan visual yang sesuai terhadap topik yang dibahas. Saat ini, masyarakat tidak lagi hanya tertarik pada berita dalam bentuk teks, tetapi juga konten visual yang menarik dan mudah dicerna.

Berdasarkan wawancara yang disampaikan *“Konten seperti Reels dan Story terbukti sangat efektif dalam menjangkau masyarakat.”* Berdasarkan hal itu, *platform* media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, promosi, dan kegiatan positif lainnya, termasuk oleh lembaga pemerintah seperti BRIN untuk menyampaikan informasi terkait riset dan inovasi kepada masyarakat luas.

d) Mengelola informasi sesuai visi misi

Seperti yang disampaikan dalam wawancara mengenai mengelola informasi disampaikan bahwa *"Dalam pembuatan konten, BRIN juga mempelajari tren yang berkembang di kalangan netizen, termasuk penggunaan bahasa gaul yang sedang populer. Selain itu, gimmick juga dimanfaatkan dalam proses pembuatan konten"*. Ada konten yang bisa disajikan dalam bentuk *gimmick*, ada pula yang tidak. Namun, penggunaan bahasa tetap menjadi perhatian utama. Informasi

yang disampaikan oleh BRIN selalu selaras dengan visi dan misi BRIN, yaitu *"Visi dan misi BRIN terkait penyebarluasan serta edukasi mengenai pengembangan, penerapan, dan pengkajian teknologi dalam bidang riset dan inovasi diikuti"*. Berdasarkan hal tersebut, BRIN mengelola kontennya tidak lepas dari visi dan misi yang telah ditetapkan. BRIN dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan beragam, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Konten-konten yang disajikan pun tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah dipahami, sehingga pesan-pesan terkait riset dan inovasi dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat.

e) Mengunggah

Konten yang telah disiapkan akan diunggah dengan menyertakan keterangan (*caption*) yang dirancang menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. penggunaan tanda @ pada instagram juga dapat digunakan BRIN untuk menandai akun akun bidang lain di BRIN. Selain itu, BRIN juga secara konsisten menggunakan hashtag (#) dengan *hashtag* yang paling sering digunakan adalah #KawanBrin. Penggunaan hashtag ini tidak hanya membantu dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas, tetapi juga masyarakat bisa lebih terhubung dengan informasi dan kegiatan yang disampaikan oleh BRIN.

Sebagai lembaga riset dan inovasi nasional, memanfaatkan Instagram sebagai *platform* media sosial untuk menyampaikan informasi terkait riset dan

inovasi kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan teori media baru yang menekankan perubahan lanskap komunikasi di era digital. Media Baru adalah *platform* online yang bersifat interaktif, fleksibel, dan berbasis teknologi, yang dapat digunakan untuk tujuan publik maupun pribadi melalui internet (Mondry, 2008:13) dalam (Feroza and Misnawati, 2021). Melalui berbagai cara yang kreatif dan relevan. BRIN tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga memanfaatkan beragam fitur Instagram seperti foto, video, infografis, *Reels*, dan *Story* untuk menyampaikan pesan. Selain itu, BRIN juga menyesuaikan gaya bahasa dan memilih topik yang *relatable* dengan kehidupan masyarakat, termasuk penggunaan bahasa gaul dan *gimmick* tertentu.

Semua konten yang diproduksi BRIN selalu selaras dengan visi dan misi lembaga, yaitu penyebaran dan edukasi mengenai pengembangan, penerapan, dan pengkajian teknologi dalam bidang riset dan inovasi. Dengan strategi ini, BRIN berupaya membuat konten yang informatif dan menarik secara efektif kepada masyarakat luas, sehingga pesan-pesan terkait riset dan inovasi tidak hanya sampai, tetapi juga dipahami dan diminati. Pesan yang disampaikan oleh BRIN melalui Instagram dengan menggunakan fitur nya dirancang untuk memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengenalan publik tentang peran dan kontribusi BRIN dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia. Hal ini dapat mendorong lebih banyak pihak untuk terlibat dalam kegiatan penelitian dan inovasi yang dilakukan oleh BRIN.

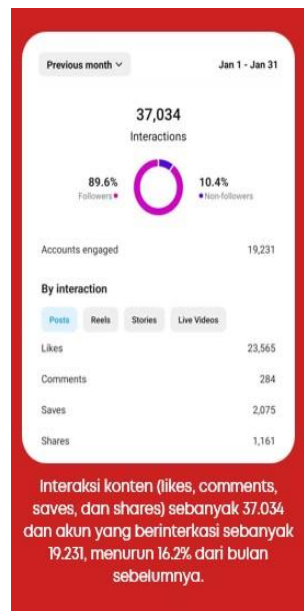
3.3 Pandangan Interaksi Sosial

Instagram memfasilitasi interaksi sosial antara BRIN dan publik melalui berbagai fitur seperti komentar, pesan langsung (DM), dan kuis. Interaksi ini merupakan wujud dari interaksi sosial dalam teori media baru, di mana komunikasi tidak lagi satu arah, tetapi dua arah dan timbal balik. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber, *"Interaksi yang dilakukan oleh BRIN selama ini sebagian besar berlangsung melalui Direct Message (DM), dan beberapa juga melalui kolom chat. Terkadang, terdapat pengguna yang memberikan komentar dan berinteraksi di sana."*

BRIN tidak menargetkan netizen yang spesifik. Target BRIN tidak hanya terbatas pada kalangan tertentu, tetapi juga mencakup *stakeholder*, industri, periset yang tidak berada di BRIN, serta pemerintah. BRIN tidak membatasi audiens nya. Namun, berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan, sekitar 80% dari kurang lebih 700 pengikut BRIN adalah dari kalangan Gen Z. Oleh karena itu, saat ini BRIN lebih fokus dalam mengolah konten, dengan proporsi 50-50 antara konten yang populer dan konten yang dapat mengimbangi kebutuhan netizen yang bukan berasal dari kalangan Gen Z.

BRIN tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga aktif mendengarkan umpan balik dari audien. Interaksi ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat dan meningkatkan keterlibatan publik dalam kegiatan BRIN. Melalui interaksi di Instagram, BRIN dapat memahami kebutuhan dan harapan masyarakat terkait penelitian

dan inovasi, serta membangun hubungan yang lebih personal dengan audien melalui komentar dan pesan langsung.



Sumber: laporan media sosial BRIN januari 2025

Gambar 3. 2 Instagram Insight BRIN Januari 2025

Berdasarkan gambar 3.2 BRIN memiliki tantangan tersendiri dalam berinteraksi di media sosial. Seperti data yang terdapat dalam laporan media sosial BRIN Januari 2025 bahwa interaksi menurun sebanyak 16,2%. Narasumber mengungkapkan, Tantangan yang sampai detik ini Itu adalah bagaimana cara BRIN menghandle dan memfilterisasi komen-komen negatif atau komen-komen yang sifatnya seperti ujaran kebencian. Tantangan ini menunjukkan bahwa BRIN perlu memiliki strategi yang efektif dalam mengelola interaksi di media sosial, termasuk dalam menghadapi komentar negatif.

Secara keseluruhan, interaksi sosial merupakan aspek yang sangat penting dalam strategi komunikasi digital BRIN di Instagram. Interaksi sosial tidak

hanya memungkinkan BRIN untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih dekat. Interaksi sosial yang positif di Instagram juga dapat menciptakan efek yang positif. Menurut pandangan Soekanto dalam (Fahri and Qusyairi, 2019), Interaksi sosial dapat dianggap sebagai suatu proses sosial karena merupakan elemen dasar yang diperlukan untuk terjadinya berbagai aktivitas sosial. Ketika masyarakat merasa dihargai dan didengarkan, mereka cenderung untuk berbagi informasi positif kepada orang lain. Hal ini dapat membantu BRIN untuk menjangkau audien yang lebih luas dan meningkatkan pengenalan publik terhadap lembaga ini. Berdasarkan hal itu, BRIN perlu terus aktif berinteraksi dengan masyarakat di Instagram, baik melalui komentar, pesan langsung, maupun fitur-fitur interaktif lainnya. Interaksi yang aktif dan responsif akan membantu BRIN untuk membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat dan meningkatkan efektivitas strategi komunikasi digital mereka.

3.4 Pandangan Integrasi Sosial

Dengan konten-konten yang informatif dan menarik, BRIN berupaya membangun keterlibatan publik terhadap lembaga ini. Instagram menjadi sarana untuk menyatukan visi dan misi BRIN dengan kepentingan masyarakat, sehingga terjalin integrasi sosial yang kuat. Hal ini tercermin dalam pernyataan narasumber, *"Harapannya agar masyarakat, khususnya anak-anak muda, dapat mengetahui bahwa Indonesia merupakan negara dengan potensi teknologi yang besar melalui konten-konten yang disajikan oleh BRIN. Dengan demikian, riset dan inovasi yang sebelumnya dianggap kaku oleh anak-anak*

muda, ternyata tidak demikian. Jangkauan informasi diharapkan menjadi lebih luas, tidak hanya tersegmentasi. Saat ini, audiens yang tersegmentasi terdiri dari orang-orang yang tertarik pada riset, kalangan tertentu, serta anak-anak muda yang merupakan mahasiswa di bidang penelitian dan riset teknis. Oleh karena itu, BRIN berharap agar informasi ini dapat tersebar luas ke berbagai kalangan, tanpa batas."

Pandangan mengenai integrasi sosial dalam konteks ini, penggunaan Instagram oleh BRIN tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga berperan dalam menyatukan individu dalam komunitas yang lebih besar. Integrasi sosial yang terjadi melalui media sosial ini memungkinkan masyarakat untuk merasa terhubung dengan perkembangan riset dan inovasi yang dilakukan oleh BRIN.