

Strategi Media Sosial Yang Efektif Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dan Engagement Pada Kampus Politeknik Bina Madani

**Melyona Zenia Rabbil¹, Topan Dewa Gugat², Raissa Jasmine Intiha³,
Donna Hamelia Putri⁴**

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani

²Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani

*Correspondence author: Melyona Zenia Rabbil, melyona.zr@poltekbima.ac.id, Bekasi, and Indonesia

Abstrak. Strategi media sosial memiliki peran yang semakin penting dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan keterlibatan (engagement), terutama di lingkungan kampus seperti Politeknik Bina Madani. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di kalangan mahasiswa, staf, dan masyarakat umum yang terkait dengan kampus. Metode penelitian ini mencakup tinjauan literatur mengenai praktik terbaik dalam pemasaran media sosial, serta analisis kebutuhan dan preferensi audiens kampus melalui survei dan wawancara. Berdasarkan temuan ini, beberapa strategi media sosial yang efektif diusulkan untuk meningkatkan brand awareness dan engagement pada kampus Politeknik Bina Madani. Konsistensi dalam posting konten yang relevan dan menarik merupakan kunci untuk membangun kehadiran merek yang kuat di media sosial. Konten yang disesuaikan dengan minat dan kebutuhan mahasiswa, seperti informasi akademik, kegiatan kampus, dan tips karir, dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi mereka.

Kata kunci: Strategi Media sosial, Perguruan Tinggi, dan Pemasaran Digital.

Abstract. Social media strategies have an increasingly important role in increasing brand awareness and engagement, especially in campus environments such as Bina Madani Polytechnic. This research aims to investigate effective social media strategies to increase brand awareness and engagement among students, staff and the general public associated with the campus. This research method includes a literature review regarding best practices in social media marketing, as well as an analysis of campus audience needs and preferences through surveys and interviews. Based on these findings, several effective social media strategies are proposed to increase brand awareness and engagement on the Bina Madani Polytechnic campus. Consistency in posting relevant and engaging content is key to building a strong brand presence on social media. Content tailored to students' interests and needs, such as academic information, campus activities, and career tips, can increase their engagement and participation.

Keywords: Social Media Strategy, Higher Education, and Digital Marketing.

Pendahuluan

Media sosial adalah platform atau situs web yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas online dengan orang lain secara virtual. Media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, mengunggah foto dan video, berbagi pemikiran, dan terlibat dalam berbagai jenis komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan orang lain.

Media sosial merujuk pada platform-platform digital yang memfasilitasi interaksi, berbagi konten, dan koneksi antara pengguna secara online. Ini adalah media yang digunakan oleh individu, kelompok, dan organisasi untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan terlibat dalam berbagai aktivitas secara daring.

Dalam era digital yang semakin berkembang, penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, tidak terkecuali di lingkungan kampus. Kampus Politeknik Bina Madani, sebagai lembaga pendidikan tinggi yang progresif, tidak dapat mengabaikan potensi dan pengaruh media sosial dalam memperluas jangkauan, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan keterlibatan dengan mahasiswa.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di lingkungan kampus Politeknik Bina Madani. Dalam konteks kampus, peningkatan brand awareness menjadi kunci untuk menarik minat calon mahasiswa, meningkatkan kebanggaan alumni, dan memperkuat identitas institusi.

Selain itu, engagement yang tinggi dengan mahasiswa, dosen, dan staf juga dapat meningkatkan kualitas interaksi di dalam dan di luar kelas, memperkuat komunitas kampus, dan mendukung pencapaian tujuan akademik dan non-akademik. Dengan memahami pentingnya media sosial dalam konteks kampus, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi yang sesuai dengan kebutuhan khusus Politeknik Bina Madani.

Tinjauan literatur yang cermat akan dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan dan praktik terbaik dalam penggunaan media sosial di lingkungan pendidikan tinggi. Penelitian ini juga akan melibatkan analisis kasus dari institusi-institusi sejenis yang telah berhasil dalam menerapkan strategi media sosial yang efektif.

Dengan demikian, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dan rekomendasi praktis bagi manajemen kampus Politeknik Bina Madani dalam memperkuat kehadiran mereka di media sosial, membangun brand awareness yang kuat, dan meningkatkan engagement dengan para pemangku kepentingan kampus.

Dengan peningkatan brand awareness dan engagement yang berkelanjutan di media sosial, Politeknik Bina Madani dapat memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang inovatif, responsif, dan berorientasi pada mahasiswa. Selain itu,



kampus ini dapat menciptakan lingkungan yang dinamis, mendukung pertumbuhan intelektual, serta mempersiapkan mereka dalam dunia kerja.

Gaya Menulis

Dalam gaya penulisan untuk penelitian artikel ilmiah tentang strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di kampus Politeknik Bina Madani, penting untuk memperhatikan kesesuaian dan keprofesionalan bahasa yang digunakan. Artikel ilmiah harus ditulis dengan pendekatan yang objektif dan akademis.

Tujuan dari penulisan artikel penelitian ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama calon mahasiswa, alumni, dan pemangku kepentingan lainnya, tentang eksistensi dan reputasi Politeknik Bina Madani. Melalui konten yang relevan, kreatif, dan menarik di media sosial, tujuan ini dapat dicapai dengan meningkatkan visibilitas dan pengenalan merek di antara audiens target.

Dengan menggunakan media sosial secara efektif, tujuan lainnya adalah untuk memperluas jangkauan pesan dan informasi kampus. Melalui berbagai platform media sosial, kampus dapat mencapai audiens yang lebih luas, termasuk calon mahasiswa. Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, strategi media sosial yang efektif dapat membantu Politeknik Bina Madani memperkuat identitas mereknya.

Metode

Untuk penelitian mengenai strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement pada kampus Politeknik Bina Madani, berikut adalah beberapa metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini :

a. Studi Kasus

Melakukan studi kasus mendalam tentang bagaimana kampus Politeknik Bina Madani menggunakan media sosial untuk membangun brand awareness dan engagement. Ini melibatkan pengumpulan data dari platform media sosial kampus, analisis konten yang diposting, interaksi dengan pengikut, dan dampaknya terhadap kesadaran merek dan keterlibatan.

b. Analisis Statistik

Menggunakan analisis statistik untuk mengolah data yang dikumpulkan melalui survei, kuesioner, atau data penggunaan media sosial. Ini melibatkan penggunaan perangkat lunak statistik untuk menganalisis hubungan antara variabel seperti jenis konten, frekuensi posting, dan tingkat keterlibatan.

c. Analisis Konten

Melakukan analisis konten terhadap postingan media sosial kampus dapat membantu memahami jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian pengikut dan meningkatkan keterlibatan. Mengevaluasi faktor-faktor seperti visual, teks, gaya, dan waktu posting yang paling berpengaruh.

Hasil dan Pembahasan

Dalam hasil pembahasan penelitian tentang strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di Kampus Politeknik Bina Madani, beberapa poin penting yang dapat dibahas adalah :

Analisis Platform Media Sosial

Tinjau platform media sosial yang saat ini digunakan oleh kampus, seperti Facebook dan Instagram. Evaluasi keefektifan setiap platform dalam mencapai tujuan brand awareness dan engagement.

Facebook

Menggunakan Facebook untuk meningkatkan kesadaran akan merek mereka di antara calon mahasiswa, mahasiswa yang ada, dan alumni. Dengan memposting konten yang menarik dan informatif, seperti kegiatan kampus, prestasi akademik, dan acara sosial, kampus dapat memperluas jangkauan mereka dan memperkenalkan lebih banyak orang kepada institusi mereka.

Kampus dapat menggunakan Facebook untuk mempromosikan acara dan kegiatan kampus, seperti seminar, konferensi, pertunjukan, dan pertandingan. Dengan membagikan informasi tentang acara-acara ini dan mengundang pengikut untuk berpartisipasi, kampus dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan dalam kehidupan kampus.



Gambar 1 : Profil Facebook



Gambar 2 : Postingan Kegiatan Kampus



Gambar 3 : Postingan Workshop Persiapan Dunia Kerja



Gambar 4 : Dokumentasi Pemenang Lomba Mahasiswa Desain Media



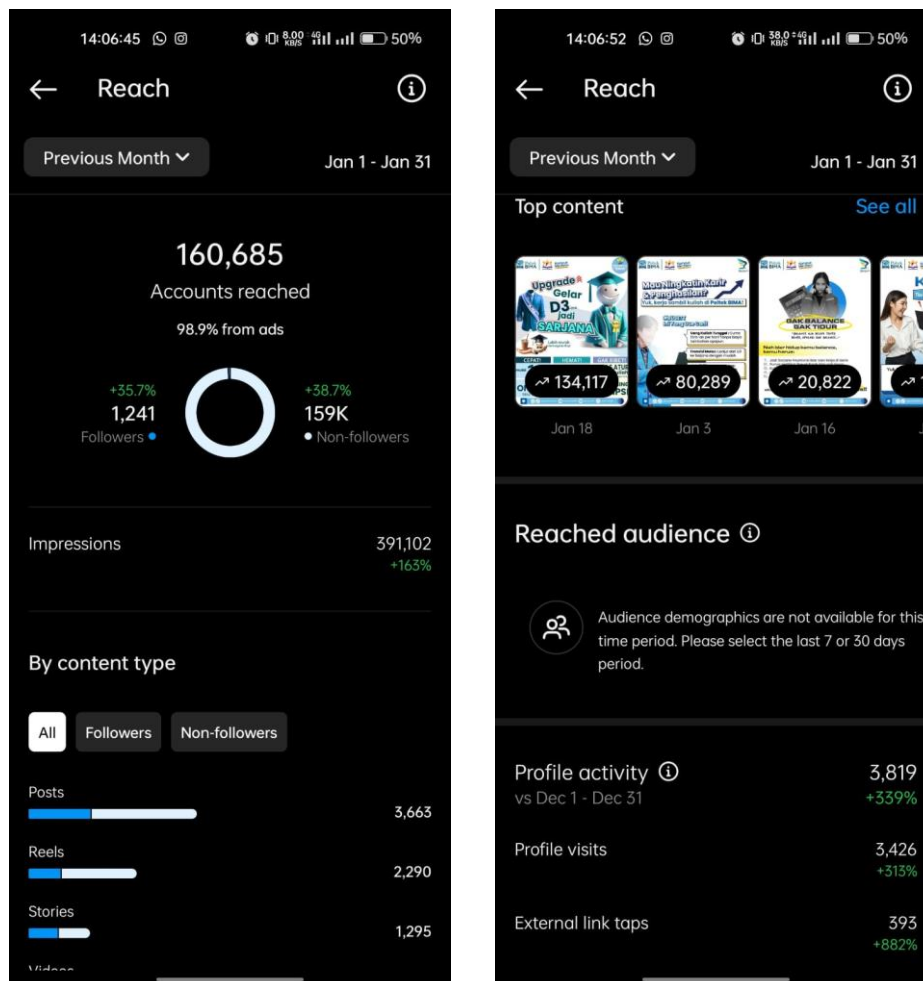
Gambar 5 : Potongan Biaya Kuliah

Instagram

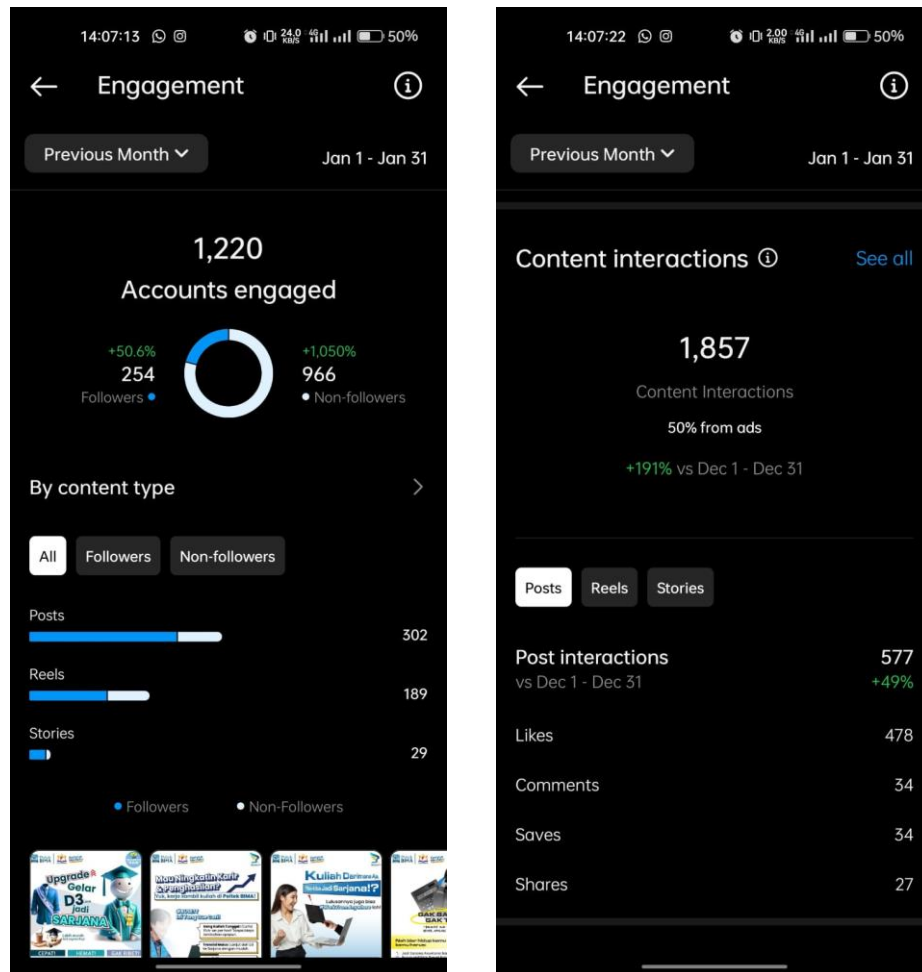
Instagram menyediakan fitur iklan yang memungkinkan kampus untuk menargetkan audiens yang relevan berdasarkan kriteria demografis, minat, dan perilaku. Kampus dapat menggunakan iklan untuk mempromosikan program akademik, acara kampus, fasilitas, dan lain-lain kepada calon mahasiswa.

Instagram dapat digunakan untuk memamerkan prestasi akademik, olahraga, seni, dan prestasi lainnya dari mahasiswa dan staf kampus. Ini membantu memperkuat citra positif kampus dan membangun kebanggaan di antara komunitas kampus. menggunakan Instagram untuk memperkenalkan diri kepada calon mahasiswa, orang tua, alumni, dan masyarakat umum.

Dengan membagikan foto dan cerita tentang kehidupan kampus, kegiatan mahasiswa, dan prestasi akademis, kampus dapat memperkuat kesadaran merek di platform ini. Kampus dapat menggunakan Instagram untuk membangun hubungan dengan industri dan mitra.



Gambar 6 : Insight Instagram



Gambar 7 : Insight Instagram

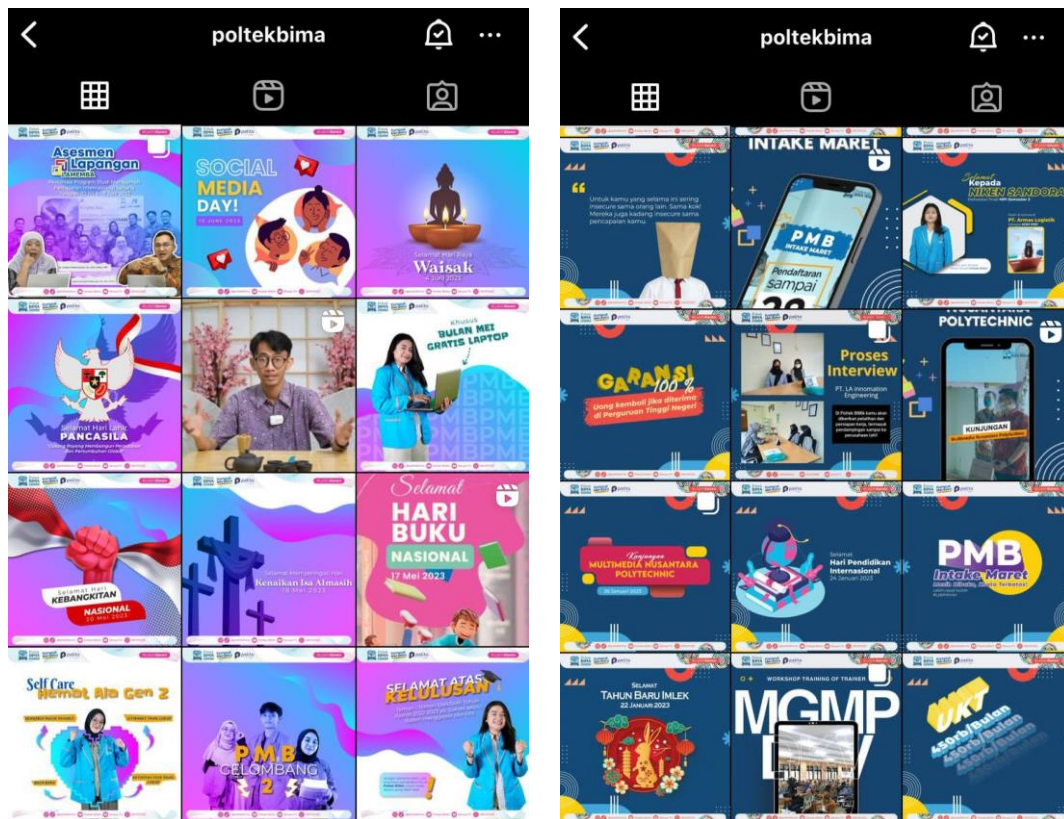




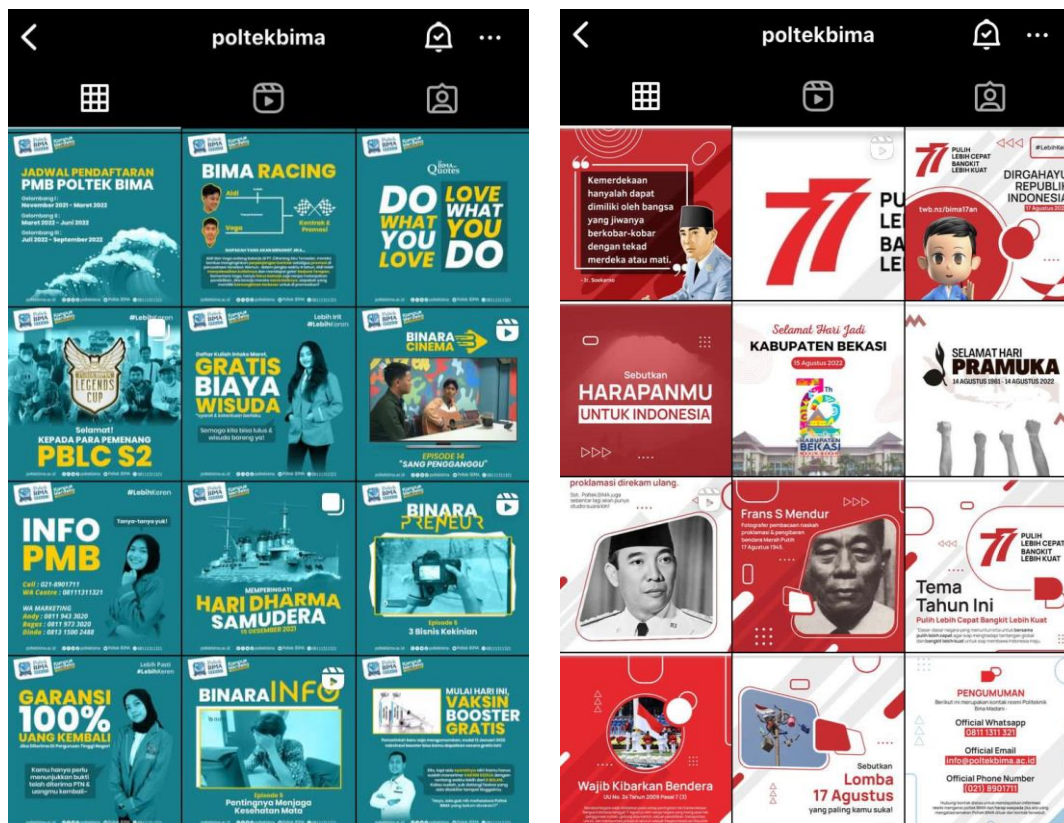
Gambar 8 : Insight Instagram



Gambar 9 : Instagram



Gambar 10 : Feeds Instagram



Gambar 11 : Feeds Instagram

SIMPULAN

Dalam kesimpulan mengenai strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement pada Kampus Politeknik Bina Madani, beberapa poin penting yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pentingnya Strategi Media Sosial : Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi media sosial dalam meningkatkan brand awareness dan engagement bagi kampus. Dalam era digital yang terus berkembang, kehadiran yang kuat di media sosial merupakan hal yang vital bagi institusi pendidikan untuk tetap relevan dan kompetitif.
2. Pemahaman Terhadap Audiens : Salah satu faktor kunci dalam kesuksesan strategi media sosial adalah pemahaman yang mendalam terhadap audiens target. Kampus harus memahami kebutuhan, minat, dan preferensi mahasiswa, dosen, staf, alumni, dan pemangku kepentingan lainnya untuk merancang konten yang relevan dan menarik.
3. Konsistensi dan Aktivitas Teratur : Konsistensi dalam posting konten dan interaksi dengan pengikut sangat penting dalam membangun kehadiran yang kuat di media sosial. Aktivitas teratur, termasuk pembaruan tentang kegiatan kampus, berita, prestasi, dan acara, dapat membantu menjaga minat dan keterlibatan pengikut.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Bina Madani yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerjasama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.



DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyanti, Leni, and Indah Sukmawati Wijaya. "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA POLITEKNIK BINA MADANI." *Masarin* 1.1 (2022).
- Smith, A., & Jones, B. (Tahun). "Strategi Media Sosial untuk Pendidikan Tinggi: Memahami Peran dan Dampaknya." *Jurnal Pendidikan Tinggi* 12(3), 45-62.
- Johnson, C., & Brown, D. (Tahun). "Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial: Tinjauan Literatur dan Implikasi untuk Perguruan Tinggi." *Jurnal Komunikasi Perguruan Tinggi* 8(2), 112-129.
- Williams, E., & Davis, F. (Tahun). "Mengukur Keterlibatan Sosial: Pendekatan Analisis Sentimen dalam Manajemen Media Sosial." *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital* 15(1), 78-94.
- Raharjo, Ahmad Arwani, Rendy Permana, and Cindy Apriliani. "Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Best Label." *Masarin* 1.1 (2022): 1-6.