

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam konteks perkembangan global yang semakin dinamis, perubahan dalam dunia kerja menciptakan tantangan signifikan bagi perguruan tinggi dalam mempersiapkan lulusan yang mampu bersaing di pasar tenaga kerja yang kian kompetitif. Pergeseran kebutuhan industri terhadap tenaga kerja yang memiliki keterampilan adaptif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan teknologi modern menuntut pendekatan pendidikan yang lebih fleksibel dan kontekstual.

Program *Kampus Merdeka*, sebagai salah satu inisiatif kebijakan dalam sistem pendidikan tinggi di Indonesia, dirancang untuk menjawab tantangan ini dengan memberikan keleluasaan bagi mahasiswa untuk mengembangkan pengalaman belajar yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Salah satu implementasi strategis dari program ini adalah *Magang dan Studi Independen Bersertifikat* (MSIB), yang menawarkan peluang bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam aktivitas praktik profesional yang relevan dengan bidang keilmuan mereka.

Program MSIB tidak hanya memfasilitasi mahasiswa untuk memahami secara langsung dinamika industri, tetapi juga memberikan ruang untuk memperkuat kompetensi teknis maupun non-teknis yang dibutuhkan di dunia kerja. Dalam skema ini, mahasiswa dapat mengeksplorasi potensi mereka melalui interaksi dengan lingkungan kerja yang nyata, sekaligus memperkaya wawasan mengenai kebutuhan dan tuntutan dunia profesional. Dengan demikian, MSIB menjadi salah satu instrumen penting dalam membangun lulusan yang tidak hanya kompeten, tetapi juga mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di era persaingan bisnis yang semakin kompleks.

1.2 Lingkup

Optimalisasi media sosial Raisu di Instagram bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan, sekaligus memperkuat hubungan emosional antara merek dan audiens. Proyek ini dirancang dengan pendekatan strategis yang mengintegrasikan kekuatan visual dan narasi konten, sehingga mampu menghadirkan pengalaman digital yang tidak hanya menarik tetapi juga bermakna bagi audiens.

Strategi utama yang diterapkan mencakup pengembangan konten yang relevan dan beresonansi dengan target audiens. Untuk mencapai hal tersebut, saya melakukan riset mendalam terhadap perilaku dan preferensi konsumen Raisu, yang mencakup pemahaman tentang demografi, psikografi, dan gaya hidup mereka. Informasi ini kemudian menjadi dasar untuk menentukan jenis konten yang disajikan, mulai dari pengenalan produk baru, kampanye promosi, hingga cerita-cerita inspiratif yang mencerminkan nilai-nilai merek Raisu, seperti keaslian, kualitas, dan inovasi.

Fitur-fitur Instagram seperti stories, reels, dan post dimanfaatkan secara maksimal untuk menyampaikan pesan visual yang konsisten. Stories digunakan untuk membangun engagement sehari-hari dengan konsumen melalui konten interaktif seperti polling, Q&A, dan sneak peek produk. Reels, dengan daya tariknya yang berbasis video pendek, dimanfaatkan untuk menyajikan konten yang dinamis dan menghibur, sekaligus memberikan wawasan tentang produk atau cara penggunaannya. Sementara itu, feed post dikembangkan dengan desain visual yang menonjolkan identitas merek Raisu, menggunakan palet warna dan tipografi yang khas, untuk menciptakan kesan profesional dan konsisten.

Fokus utama dari proyek ini adalah menciptakan citra merek yang kuat dan autentik. Tidak hanya berorientasi pada promosi produk, tetapi juga memperkenalkan nilai-nilai yang diusung oleh Raisu kepada

audiens, seperti komitmen terhadap kualitas dan upaya untuk terus berinovasi. Melalui konten yang bercerita, seperti kisah di balik pembuatan produk atau pengalaman konsumen yang positif, saya berusaha membangun hubungan yang lebih personal dan emosional dengan audiens. Pendekatan ini dirancang untuk menciptakan loyalitas merek yang tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk tetapi juga hubungan yang dirasakan konsumen dengan Raisu.

Pentingnya konsistensi dalam personal branding maupun corporate branding menjadi aspek yang sangat diperhatikan dalam proyek ini. Setiap elemen visual, mulai dari warna, font, hingga gaya desain, dirancang sedemikian rupa agar dapat dikenali sebagai bagian dari Raisu. Hal ini memastikan bahwa setiap interaksi konsumen dengan konten digital Raisu meninggalkan kesan yang kuat dan mudah diingat.

Selain pengembangan konten, proyek ini juga melibatkan analisis data engagement untuk memahami efektivitas strategi yang diterapkan. Data ini mencakup metrik seperti jumlah likes, comments, shares, hingga insight dari stories dan reels. Berdasarkan data tersebut, saya melakukan eksperimen dengan berbagai format konten, jenis visual, dan waktu posting untuk menemukan kombinasi yang paling efektif dalam menjangkau audiens dan meningkatkan interaksi. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan optimisasi strategi secara berkelanjutan, sehingga hasil yang dicapai selalu relevan dengan perkembangan perilaku audiens dan algoritma platform.

Melalui kombinasi riset yang mendalam, pendekatan kreatif, dan analisis berbasis data, proyek ini bertujuan untuk meningkatkan kehadiran digital Raisu di Instagram secara signifikan. Dengan menghadirkan konten yang menarik, relevan, dan bermakna, saya berharap dapat memperkuat kesadaran audiens terhadap produk Raisu, sekaligus menciptakan hubungan yang lebih dekat antara merek dan konsumen. Proyek ini tidak hanya tentang meningkatkan angka engagement, tetapi juga membangun fondasi yang kokoh untuk keberlanjutan citra merek Raisu di era digital yang semakin kompetitif.

1.3 Tujuan

Program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) memiliki tujuan yang mencakup beberapa hal yang ingin dicapai peserta.

1. Meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi media sosial dan bagaimana konten dapat mempengaruhi awareness produk di platform Instagram.
2. Memahami cara membangun dan mempertahankan branding personal serta citra merek yang kuat untuk mendukung kesuksesan promosi produk di media sosial.
3. Meningkatkan keterampilan kerja nyata seperti kreativitas dalam pembuatan konten, analisis data engagement, serta kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens.
4. Mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola akun media sosial untuk meningkatkan interaksi dan visibilitas produk melalui pendekatan yang terukur dan efektif.
5. Mempelajari hal-hal baru, seperti penggunaan Meta Ads, untuk meningkatkan efektivitas iklan dan strategi pemasaran di Instagram guna mencapai target audiens yang lebih luas.