

Analisis strategi pemanfaatan konten digital di media sosial dalam memperkuat Corporate Brand Identity Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (Studi pada akun instagram @lipiindonesia) = Analysis of digital content strategies in social media in strengthening the Corporate Brand Identity of the Indonesian Institute of Sciences (Study on the Instagram account @lipiindonesia).

Donna Revia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505116&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iptek berperan penting terhadap kemajuan suatu bangsa, dan tesis ini membahas mengenai upaya Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia memperkuat corporate identity sebagai salah satu lembaga riset nasional yang memproduksi informasi hasil penelitian agar sampai kepada masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melakukan strategi komunikasi dengan menggunakan konten digital di media sosial Instagram. Tujuan penelitian untuk menganalisis strategi formulasi konten dan implementasinya di Instagram yang dilakukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia untuk memperkuat corporate brand identity. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dianalisis dengan metode teknik analisis isi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan formulasi pesan yang dilakukan menggunakan konten naratif dan implementasi strategi konten yang dilakukan oleh LIPI telah mengikuti elemen pengemasan informasi yang baik dan secara optimal mengedepankan unsur identitas lembaga sebagai tema utama dalam pengemasan konten. Penelitian ini memberikan pandangan baru bahwa konsep corporate brand identity tidak hanya dapat digunakan pada sektor swasta tetapi dapat dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah, dan strategi komunikasi untuk menguatkan brand identity tersebut salah satunya adalah dengan strategi formulasi konten dan implementasi strategi konten dengan optimal. Instagram LIPI membuktikan untuk membuat suatu konten di media sosial lembaga pemerintah dapat dimulai lewat menyajikan identitas lembaga itu sendiri sesuai dengan tugas dan fungsinya.

ABSTRACT

Science and technology plays an important role in the progress of a nation, and this research discusses the efforts of the Indonesian Institute of Science to strengthen its corporate identity as one of the national research institutions that produces information on research product to reach the public. The purpose of this study is to analyze the content formulation strategy and implementation of digital content strategy on Instagram by the Indonesian Institute of Sciences as a tool to strengthen corporate brand identity. This study uses a qualitative approach and is analyzed by the content analysis technique and interview. The results showed the message formulation carried out using narrative content and the implementation of content strategy conducted by LIPI had optimally followed the elements of digital content strategy that put forward the elements of institutional identity as the main theme in content packaging. This study provides a new outlook that the concept of corporate brand identity not only be used in the private sector but can be used in government agencies and one of the communication strategies to strengthen the brand identity is the content formulation strategy and the optimal implementation of the content strategy. Instagram LIPI proves to create

content on social media, a government institution can be started by presenting the identity of the institution itself according to its tasks and functions.