



# **ANALISIS KONTEN INSTAGRAM: STUDI KASUS EFEKTIVITAS KONTEN @IPBOFFICIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN *ENGAGEMENT* DAN *FOLLOWERS***

**TULUS KALA'AHENG**



**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Konten Instagram: Studi Kasus Efektivitas Konten @ipbofficial dalam Upaya Peningkatan *Engagement* dan *Followers*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2026

Tulus Kala’Aheng  
K1401221056

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## ABSTRAK

TULUS KALA'AHENG. Analisis Konten Instagram: Studi Kasus Efektivitas Konten @ipbofficial dalam Upaya Peningkatan *Engagement* dan *Followers*. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang menjadi sarana komunikasi dan penyampaian informasi bagi sebuah institusi, namun kajiannya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas konten akun Instagram IPB University untuk meningkatkan *engagement* dan *followers* dengan menganalisis pengaruh *content pillar*, *campaign*, waktu posting, dan format konten terhadap *engagement rate*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tahapan uji statistik deskriptif, normalitas, Kruskal-Wallis, Post-Hoc Test, Mann Whitney U, dan tabulasi silang terhadap 127 konten pada tahun 2025. Hasil analisis menunjukkan terdapat perbedaan performa yang signifikan berdasarkan *content pillar*, waktu posting, dan format konten serta tidak terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan *campaign* yang digunakan. Berdasarkan temuan tersebut, dibutuhkan strategi untuk optimalisasi dan meningkatkan kualitas konten. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi strategis berupa matriks strategi, *content playbook*, dan *content planning* yang lebih terstruktur serta *key performance indicator* yang dapat dijadikan referensi dalam merancang strategi *social media marketing* berbasis data dan performa konten.

Kata kunci: analisis konten, *engagement rate*, *followers*, instagram, ipb university

## ABSTRACT

TULUS KALA'AHENG. Instagram Content Analysis: Case Study of the Effectiveness of @ipbofficial Content in Increasing Engagement and Followers. Supervised by UJANG SUMARWAN.

Instagram is one of the social media platforms used by institutions for communication and information dissemination, however, studies on this topic remain limited. This study aims to analyze the effectiveness of IPB University's Instagram account content in increasing its engagement and followers by analyzing the influence of content pillars, campaigns, posting times, and content formats on the engagement rate. The study utilized a quantitative method consisting of descriptive statistical analysis, normality, Kruskal-Wallis, Post-Hoc Test, Mann Whitney U, and cross-tabulation of 127 contents in 2025. The results of the analysis showed significant differences in performance based on content pillars, posting times, and content formats and no significant differences based on the campaign used. Based on these findings, a strategy is needed to optimize and improve content quality. This study produces strategic recommendations in the form of strategies matrix, a content playbook, and a more structured content planning as well as key performance indicators that can be used as references in designing social media marketing strategies based on data and content performance.

Keywords: content analysis, *engagement rate*, *followers*, instagram, ipb university



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

## © Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# **ANALISIS KONTEN INSTAGRAM: STUDI KASUS EFEKTIVITAS KONTEN @IPBOFFICIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN *ENGAGEMENT* DAN *FOLLOWERS***

**TULUS KALA'AHENG**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari S.E., M.S.M.
2. Maulana Agung Wibowo, S.E., M.B.A.



Judul Skripsi : Analisis Konten Instagram: Studi Kasus Efektivitas Konten @ipbofficial dalam Upaya Peningkatan *Engagement* dan *Followers*

Nama : Tulus Kala'Aheng  
NIM : K1401221056

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.

---

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.  
NIP 197711262008122001

---

Tanggal Ujian:  
19 Mei 2026

Tanggal Lulus:



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Maret 2026 ini ialah *Social Media Marketing*, dengan judul “Analisis Konten Instagram: Studi Kasus Efektivitas Konten @ipbofficial dalam Upaya Peningkatan *Engagement* dan *Followers*”. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc, selaku dosen pembimbing utama dan pembimbing akademik atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang telah diberikan sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. selaku dosen seminar, Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M. dan Maulana Agung Wibowo, S.E., M.B.A. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Terima kasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua yang selalu penulis doakan agar berumur panjang, Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukung pendidikan maupun cita-cita penulis. Terima kasih yang tak terhingga teruntuk Ayah karena selalu mengingatkan tentang kewajiban dan mendukung penulis baik secara mental maupun materiil, serta selalu mengingatkan agar lulus tepat waktu, dan selalu percaya bahwa penulis bisa meraih impiannya. Terima kasih yang tak pernah cukup kepada Ibu tersayang yang selalu yakin bahwa penulis adalah anak yang kuat dan mandiri yang bisa menyelesaikan segala tantangan dalam kehidupannya, senantiasa mendengarkan cerita penulis, dan selalu mendukung apapun keputusan yang diambil oleh penulis. Berkat Doa, keringat dan air mata orang tua penulis bisa sampai di titik ini.
4. Terima kasih kepada saudara penulis yang selalu mendukung dan menjadi motivasi bagi penulis.
5. Terima kasih kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya karena terus mendampingi, mendengar keluh kesah, membantu dan menemani kisah perjuangan penulis selama proses penulisan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada Pak Helmi, Bu Tonya, Mas Rio, Mba Iga, Mba Alda, dan Mas Hijjaz yang telah mengizinkan dan membantu proses pengambilan data pada skripsi ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman terdekat selama di perkuliahan, yaitu Eximaa Satya, divisi Marcomm, kontrakan gemay, KKN Desa Wonosari 2025, wisata kuliner, teman seangkatan SB59, dan masih banyak lagi yang tidak dapat ditulis satu per satu yang telah memberi warna baru di kehidupan penulis selama perkuliahan.

Bogor, Juni 2026

*Tulus Kala'Aheng*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Social Media Engagement</i>	7
2.2 <i>Social Media and Content Marketing</i>	8
2.3 <i>Followers</i>	8
2.4 <i>Content Pillar</i>	9
2.5 <i>Campaign</i>	10
2.6 Waktu Posting	10
2.7 Format Konten	11
2.8 Penelitian Terdahulu	11
2.9 Alur Penelitian	16
III METODE	17
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.3 Metode Pengambilan Data	17
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	18
3.5 Definisi Operasional Variabel	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Identifikasi Kondisi Eksisting Konten Instagram @ipbofficial dan Strategi Kompetitor	21
4.2 Analisis Perbedaan <i>Engagement Rate</i> Berdasarkan <i>Content Pillar</i>	30
4.3 Analisis Perbedaan <i>Engagement Rate</i> Berdasarkan <i>Campaign</i>	35
4.4 Analisis Perbedaan <i>Engagement Rate</i> Berdasarkan Waktu Posting	38
4.5 Analisis Perbedaan <i>Engagement Rate</i> Berdasarkan Format Konten	41
4.6 Strategi Konten Berdasarkan Hasil Analisis Kompetitor dan Performa Konten	44
V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	56
RIWAYAT HIDUP	62



## DAFTAR TABEL

1	Perbandingan akun instagram top 5 universitas di Indonesia	5
2	Penelitian terdahulu mengenai pengaruh konten media sosial	12
3	Penelitian terdahulu pengaruh <i>content pillar</i> dan <i>campaign</i>	12
4	Penelitian terdahulu pengaruh waktu posting dan format konten	13
5	Penelitian terdahulu pengaruh <i>social media marketing</i> dan <i>influencer</i>	14
6	Penelitian terdahulu <i>followers</i> sebagai indikator popularitas akun	15
7	Perbandingan website analisis sosial media	17
8	Definisi operasional variabel	20
9	Tipe postingan pada tahun 2025	21
10	Capaian utama <i>content pillar</i> akun instagram @ipbofficial	22
11	Frekuensi waktu posting akun @ipbofficial tahun 2025	24
12	Frekuensi format konten akun @ipbofficial tahun 2025	25
13	Karakteristik audiens instagram @ipbofficial	25
14	Jumlah postingan instagram top 5 universitas Indonesia tahun 2025	27
15	Konten <i>engagement</i> tertinggi top 5 universitas Indonesia tahun 2025	28
16	Faktor-faktor yang memengaruhi <i>engagement</i> konten top 5 niversitas Indonesia tahun 2025	28
17	Hasil uji statistik deskriptif <i>content pillar</i>	31
18	Uji normalitas <i>content pillar</i>	31
19	Perbandingan <i>mean rank view</i> dan total ER <i>content pillar</i>	32
20	Hasil uji Kruskal Wallis <i>content pillar</i>	32
21	Hasil uji tabulasi silang <i>content pillar</i>	34
22	Hasil uji statistik deskriptif <i>campaign</i>	35
23	Hasil uji normalitas <i>campaign</i>	36
24	Perbandingan <i>mean rank view</i> dan total ER <i>campaign</i>	36
25	Hasil uji Mann Whitney U <i>campaign</i>	37
26	Hasil uji tabulasi silang <i>campaign</i>	37
27	Hasil uji statistik deskriptif waktu posting	38
28	Hasil uji normalitas waktu posting	39
29	Perbandingan <i>mean rank view</i> dan total ER waktu posting	39
30	Hasil uji Mann Whitney U waktu posting	39
31	Hasil uji tabulasi silang waktu posting	40
32	Hasil uji statistik deskriptif format konten	41
33	Hasil uji normalitas format konten	42
34	Perbandingan <i>mean rank view</i> dan total ER format konten	42
35	Hasil uji Mann Whitney U format konten	42
36	Hasil uji tabulasi silang format konten	43
37	Matriks TOWS: strategi konten @ipbofficial	44
38	Rekomendasi distribusi konten	45
39	Matriks strategi <i>content playbook</i>	46
40	Strategi <i>content planning</i>	47
41	KPI strategi konten terbaru	48

## DAFTAR GAMBAR

1	Media sosial favorit gen z Indonesia tahun 2025	2
2	Top 5 universitas di Indonesia 2025	3
3	Alur Penelitian	16
4	Contoh <i>content pillar academic excellence and research impact</i>	22
5	Contoh <i>content pillar student life and campus experience</i>	22
6	Contoh <i>content pillar impact to society and sustainability</i>	23
7	Contoh <i>content pillar people of IPB</i>	23
8	Contoh <i>content pillar global engagement and future vision</i>	24
9	<i>Engagement rate</i> akun @ipbofficial tahun 2025	26
10	Pertumbuhan pengikut akun @ipbofficial tahun 2025	27
11	<i>Positioning</i> instagram top 5 universitas Indonesia	29
12	Hasil uji post-hoc test	33

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Hasil uji statistik deskriptif	57
2	Lampiran 2 Hasil uji normalitas	57
3	Lampiran 3 Hasil uji Kruskal-Wallis	58
4	Lampiran 4 Hasil uji Mann Whitney U	59
5	Lampiran 5 Hasil uji tabulasi silang	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



### @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.