

PENERAPAN MODEL KONTEN INSTAGRAM BERBASIS ALGORITMA UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS KAMPUS GRATIS

NIKEN ARISANDI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Penerapan Model Konten Instagram Berbasis Algoritma untuk Meningkatkan Visibilitas Kampus Gratis” 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 laporan akhir ini.

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

Bogor, Juli 2025

Niken Arisandi
J1301211037



RINGKASAN

NIKEN ARISANDI. Penerapan Model Konten Instagram Berbasis Algoritma untuk Meningkatkan Visibilitas Kampus Gratis. Application of Algorithm based Instagram Content Model to Increase Kampus Gratis Visibility Dibimbing oleh ABUNG SUPAMA WIJAYA.

Transformasi digital mendorong lembaga pendidikan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk memperluas jangkauan dan membangun citra institusi. Instagram, dengan kapabilitasnya dalam penyampaian cerita visual dan kemampuannya menjangkau demografi audiens yang lebih muda, menawarkan peluang signifikan untuk tujuan tersebut. Berangkat dari konteks ini, penelitian ini mengambil pendekatan studi kasus kualitatif yang dirancang sebagai sebuah siklus penelitian tindakan (*action research*) untuk menerapkan dan mengevaluasi efektivitas sebuah model konten berbasis algoritma pada akun Instagram Kampus Gratis. Dengan berlandaskan pada kerangka teoretis *machine learning* media sosial yang dikemukakan oleh Kaplan dan Haenlein, penelitian ini diawali dengan tahap diagnosis mendalam melalui triangulasi data dari wawancara, observasi partisipatoris, dan dokumentasi konten. Hasil diagnosis awal tersebut secara komprehensif mengungkap bahwa strategi konten yang ada belum dioptimalkan, ditandai oleh kelemahan-kelemahan sistematis seperti jadwal unggah yang sporadis, narasi *caption* yang lemah secara kontekstual, serta minimnya elemen interaktif yang memancing keterlibatan audiens.

Berdasarkan temuan diagnostik tersebut, sebuah model intervensi yang terstruktur, mencakup penjadwalan konten, optimalisasi *caption* dengan kerangka AIDA, dan penetapan pilar konten, kemudian diimplementasikan secara konsisten selama periode tiga bulan. Evaluasi pasca-penerapan, yang membandingkan data performa sebelum dan sesudah intervensi, menunjukkan adanya tren peningkatan yang positif dan terukur pada metrik-metrik kunci seperti visibilitas, jangkauan, dan keterlibatan audiens. Peningkatan ini, meskipun bersifat gradual, secara meyakinkan membuktikan bahwa pendekatan strategis yang selaras dengan logika algoritma mampu memperbaiki performa akun secara signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk mentransformasi capaian awal ini akan menjadi pertumbuhan yang berkelanjutan, diperlukan sebuah langkah institusionalisasi model. Proses ini menuntut adanya fokus yang tajam pada segmentasi audiens untuk personalisasi pesan, implementasi analisis performa sebagai siklus umpan balik yang berkelanjutan, serta pengelolaan komunitas digital yang proaktif untuk membangun loyalitas dan advokasi dari para pengikut.

Kata Kunci: Instagram, Algoritma Media Sosial, Machine Learning, Visibilitas Digital



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, tahun 2023
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.

PENERAPAN MODEL KONTEN INSTAGRAM BERBASIS ALGORITMA UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS KAMPUS GRATIS

NIKEN ARISANDI

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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.



Judul Laporan : Penerapan Model Konten Instagram Berbasis Algoritma untuk Meningkatkan Visibilitas Kampus Gratis

Nama : Niken Ari Sandi
NIM : J1301211037

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing:

Dr. Abung Supama Wijaya., S.I.Kom, M.Si
NPI. 202103198701151001

Disetujui oleh

Ketua Program Studi:

Hudi Santoso, S.Sos., MP
NPI. 201807198005241001

Diketahui oleh

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 24 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laoran penelitian yang berjudul "Penerapan Model Konten Instagram Berbasis Algoritma untuk Meningkatkan Visibilitas Kampus Gratis" ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan laporan penelitian ini bertujuan untuk menerapkan model konten di Instagram yang dioptimalkan menggunakan algoritma agar dapat meningkatkan visibilitas platform Kampus Gratis. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi institusi pendidikan dalam membangun *branding* digital yang lebih efektif.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si., yang telah membimbing, memberikan arahan, masukan dan saran kepada penulis. Terima kasih juga kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., sebagai Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., sebagai Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen-dosen dan seluruh staf Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Tak lupa, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orangtua, ayah dan ibunda yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan motivasi tanpa henti. Tanpa kehadiran dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan bisa mencapai titik ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman yang selalu menemani dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi, antara lain Cimol, Mas Robi kakak tercinta, Shira, Teh Agis, Olip, Steven yang selalu menemani di mana saja selama mengerjakan skripsi, serta Fania, Aurel, Mba Mella, Caca dan Dinda. Ucapan terima kasih khusus juga untuk teman-teman di Kampus Gratis dan Fore Coffee, tempat penulis bekerja secara part-time selama 3 bulan terakhir, yang selalu memberi semangat serta canda tawa ketika bersama.

Bogor, Juli 2025

Niken Ari Sandi

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu	19
3.3 Data dan Instrumen	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Teknik Keabsahan Data	22
3.6 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.7 Output Penelitian	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Kampus Gratis dan Akun Instagram Resmi	21
4.2 Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam mengoptimalkan konten Instagram agar dapat menjangkau lebih banyak audiens	24
4.3 Hasil dan Evaluasi Model Konten Instagram Berbasis Algoritma	33
V SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	54



DAFTAR TABEL

1 Penelitian terdahulu	10
2 Informan Penelitian	20

DAFTAR GAMBAR

1 Karakteristik penerapan teori Content Marketing	9
2 Kerangka Pemikiran	17
3 Logo Kampus Gratis	21
4 Website Resmi Kampus Gratis	23
5 Struktur Organisasi Kampus Gratis	24
6 Instagram Resmi Kampus Gratis	25
7 Statistik Instagram Resmi Kampus Gratis	26
8 Statistik Jangkauan dan Tayang Kampus Gratis	26
9 Statistik Konten populer Kampus Gratis	27
10 Unggahan Instagram Kampus Gratis	28
11 Unggahan Instagram Kampus Gratis	30
12 Unggahan Instagram Kampus Gratis	31
13 Unggahan Instagram Kampus Gratis	33
14 Konten planning Kampus Gratis	34
15 Unggahan optimasi caption	35
16 Pemanfaatan fitur Kampus Gratis	36
17 Konten plan digital marketing	37
18 Statistik Instagram Resmi Kampus Gratis	38
19 Statistik Instagram Resmi Kampus Gratis	38
20 Pemanfaatan fitur story Kampus Gratis	38
21 Statistik Instagram Resmi Kampus Gratis	39
22 Statistik Instagram Resmi Kampus Gratis	40

DAFTAR LAMPIRAN

1 Panduan dan Transkrip Wawancara	49
2 Dokumentasi wawancara informan	53