

NOMOR SKRIPSI
6987/KOM-D/SD-S1/2024

**PEMANFAATAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
AKUN @minigoldpekanbaru.id DALAM
MENINGKATKAN INSIGHT**



SKRIPSI

Di Ajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Disusun oleh:

HANNA HANIFAH
11840322059

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN
SUSKA
RIAU



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Hanna Hanifah
NIM : 11840322059
Judul : Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan Insight

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 09-07-2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
NIP. 19830622 202321 1 014

Penguji IV,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMANFAATAN KONTEN MEDIA SOSIAL INTAGRAM
AKUN @MINIGOLDPEKANBARU.ID DALAM MENINGKATKAN INSIGHT**

Disusun oleh :
HANNA HANIFAH
NIM. 11840322059

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : **20 JUNI 2024**

Pembimbing

Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 00

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Hanna Hanifah
NIM : 11840322059
Judul : Pemanfaatan konten media sosial Instagram oleh akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan Insight Instagram

Telah Diseminarkan Pada:

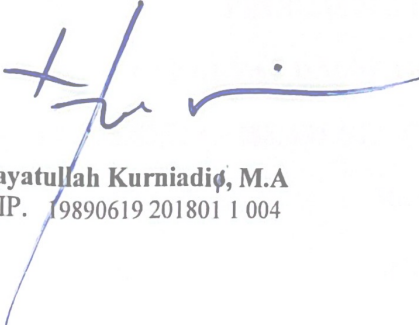
Hari : Rabu
Tanggal : 11/10/2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.


Pekanbaru, 11 Oktober 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Hayatullah Kurniadiq, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

Penguji II,


Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Hanna Hanifah
 Nim : 11840322059
 Tempat/ Tgl. Lahir : Solok, 26 Januari 2000
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Judul Skripsi : **Pemanfaatan konten media sosial intagram akun @minigoldpekanbaru.id dalam Meningkatkan Insight**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya :

1. Penulisan Skripsi dengan judul yang disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
 Apabila terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Demikianlah Surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru,

Yang membuat pernyataan,



HANNA HANIFAH
NIM. 11840322059

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK**Nama : Hanna Hanifah****Prodi : Ilmu Komunikasi****Judul : Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Akun
@minigoldpekanbaru.id Dalam Meningkatkan Insight**

Media sosial instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka jual. Untuk mengetahui dengan benar konten apa yang disukai oleh pengikut atau pengunjung profil instagramnya, banyak pelaku bisnis salah satunya @minigoldpekanbaru.id untuk menggunakan fitur *insight*. Melalui konten ini akan terlihat konten-konten apa yang disukai oleh pengikut dan pengunjung profil instagram tersebut. Selain itu pula, *insight* juga memberikan data mengenai cakupan waktu kapan pengikut atau pengunjung membuka aplikasi instagram dan berselancar di media sosial tersebut, sehingga hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengunggah kontennya di waktu-waktu tersebut, diharapkan dengan begitu promosi yang dilakukan oleh pelaku bisnis menjadi tepat sasaran dan terlihat bagaimana *insight* memiliki manfaat. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode ini digunakan karena pemanfaatan yang digunakan tidak bisa di hitung atau kuantifikasi atau dihitung berdasarkan data tetapi perlu adanya wawancara dan observasi lebih jauh. Hasil dari penelitian ini adalah konten media sosial instagram sangat mempengaruhi meningkatnya insight instagram, dikarenakan jika tidak ada konten media sosial maka insight instagram tidak meningkat atau berkurang. Jika insight berkurang maka pemilik tidak bisa melihat konten seperti apa yang paling diminati oleh pengikut maupun bukan pengikut.

Kata Kunci: Pemanfaatan Konten, Instagram, Insight

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Hanna Hanifah

Major : Ilmu Komunikasi

Title : The Utilization of Instagram Social Media Content on the Account @minigoldpekanbaru.id in Increasing Insights

Social media Instagram is one of the social media platforms that is currently widely used by business people to promote the goods or services they sell. To correctly understand what content is liked by followers or visitors to their Instagram profile, many business people, including @minigoldpekanbaru.id, use the insight feature. Through this feature, it will be clear which content is liked by followers and profile visitors. Additionally, insights provide data on the time range when followers or visitors open the Instagram application and browse on social media, which can be used by business people to post their content at those times. This way, it is hoped that the promotions conducted by business people will be more targeted, demonstrating the benefits of insights. The method used for this research is descriptive qualitative; this method is used because the utilization cannot be quantified or counted based on data, but requires further interviews and observations. The results of this study show that Instagram social media content significantly influences the increase of Instagram insights, as without social media content, Instagram insights do not increase or decrease. If insights decrease, the owner cannot see which content is most favored by followers or non-followers.

Keywords: Content Utilization, Instagram, Insight

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah dan inayah-Nya, serta kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan hingga ke zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi dengan judul “Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Akun @minigoldpekanbaru.id Dalam Meningkatkan Insight” merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yakni Ibunda Yusnelfia yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do’a, dorongan dan motivasi, dan Ayahanda Almarhum Alfendri yang meninggal ketika saya berusia 16 tahun terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa disisa umur terakhirnya, terima kasih untuk semua kasih sayang, cinta, pengorbanan, perjuangan dan pelajaran hidup bagi saya. Serta kepada Saudara tercinta Marshal Febrian, Miza Wahyuni dan Hafiza Najmi yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis agar terus semangat menyelesaikan skripsi ini.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan ide dan sumber pendukung untuk melengkapi skripsi ini. Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh dukungan dan juga semangat dari banyak pihak. Untuk itu dengan setulus hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku rektor dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd.,MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag.,M.I,Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Mustafa, S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) penulis selama proses perkuliahan di UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Ibu Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu saya dalam memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Seluruh Karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku selama perkuliahan.
10. Kepada pemilik instagram @minigoldpekanbaru.id yang telah membantu dan bersedia menerima untuk melakukan penelitian serta memberikan data penelitian yang dibutuhkan.
11. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini serta doa yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis.
12. Terimakasih kepada Teman terbaikku Zerlinda Sadri dan Yaumil Khairiyah Fitri yang menemani penulis dalam banyak hal, yang sudi menyediakan waktunya disetiap moment penulis. Juga yang saling memberi semangat dikala suka duka dan bersama-sama melewati pahit-manisnya perjuangan yang akan kita nikmati indahnya dikala semua cita-cita itu tercapai.
13. Terkhusus kepada diri saya sendiri, Hanna Hanifah terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih untuk selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba, terimakasih karena memutuskan tidak menyerah tahun ini dan menyelesaikan skripsi ini, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu sudah hebat bisa

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin. Kedepannya, berbahagialah dimanapun berada, apapun kurang dan lebihmu jangan lupa selalu berterimakasih kepadimu sendiri.

14. Terakhir penulis hendak menyapa setiap nama yang tidak dapat dicantumkan satu per satu disini, terimakasih atas doa yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis. Terimakasih kepada orang-orang berjasa, namun terlupa semoga kebaikan yang pernah penulis terima, dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih baik lagi. Juga Terimakasih untuk orang-orang yang turut bersukacita atas keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, Sebagai manusia biasa, tentunya masih memiliki banyak kekurangan pengetahuan serta pengalaman, terutama pada topik penelitian yang diangkat sebagai judul skripsi ini. Begitupula dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis akan sangat senang apabila menerima kritik dan saran guna menyempurnakan penelitian yang akan datang. Terakhir, semoga penulisan skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca, di kalangan akademisi ataupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan bagi ummat. Aamiin. *Wasslammua"alaikum warahmatullahi wa barakatuh.*

Pekanbaru, Juli 2024
Penulis

Hanna Hanifah
NIM.11840322059



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	22
2.3. Konsep Operasional	28
2.4. Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Desain Penelitian	34
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3. Sumber Data Penelitian	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5. Validitas Data	37
3.6. Teknik Analisis Data	38

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM	40
4.1. Sejarah Instagram	40
4.2. Gambaran Umum	41
BAB V HASIL PENELITIAN	46
5.1. Hasil Penelitian.....	46
5.2. Pembahasan	58
BAB VI PENUTUP	67
6.1. Kesimpulan.....	67
6.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Gambaran Awal Instagram @Minigoldpekanbaru.id	43
Gambar 4. 2 Gambaran Awal Perolehan Followers, Following Dan Media @Minigoldpekanbaru.id (Perminggu)	43
Gambar 4. 3 Gambaran Awal Total Followers, Following Dan Media @Minigoldpekanbaru.id	44
Gambar 4. 4 Profil Instagram @minigoldpekanbaru.id	44
Gambar 5. 1 Akun yang dijangkau keseluruhan	47
Gambar 5. 2 Akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten.....	47
Gambar 5. 3 Akun yang berinteraksi secara keseluruhan	48
Gambar 5. 4 Akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten.....	48
Gambar 5. 5 Interaksi konten	49
Gambar 5. 6 Akun yang dijangkau keseluruhan	50
Gambar 5. 7 Akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten.....	51
Gambar 5. 8 Akun yang berinteraksi secara keseluruhan	51
Gambar 5. 9 Akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten.....	52
Gambar 5. 10 Interaksi konten	53
Gambar 5. 11 Aktifitas Profil.....	53
Gambar 5. 12 Pertumbuhan Keseluruhan Pengikut	54
Gambar 5. 13 Lokasi Populer.....	55
Gambar 5. 14 Rentang Usia	56
Gambar 5. 15 Jenis Kelamin	57
Gambar 5. 16 Waktu Paling Aktif.....	57
Gambar 5. 17 Direct Message @minigoldpekanbaru.id	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi ini telah melahirkan banyak bentuk media baru. Saat ini, teknologi internet sangat populer dikalangan semua orang. Teknologi internet tidak hanya digunakan oleh orang dewasa tetapi hampir semua kalangan usia. Internet mulai dimanfaatkan untuk beberapa kegiatan sehari-hari. Kehadiran internet pada hakikatnya diciptakan untuk memudahkan pengguna dalam mendapatkan berbagai informasi maupun hiburan dari seluruh dunia tanpa dibatasi jarak dan waktu. Adapun media internet yang digunakan oleh berbagai pengguna dalam melakukan berbagai interaksi sosial adalah dengan menggunakan media sosial. (Sakti & Yulianto, 2013)

Media sosial merupakan salah satu Platform yang banyak digunakan dan sangat populer didunia. Ada berbagai macam media sosial yang digunakan seperti *Facebook, Twitter, Youtube, Line, TikTok* dan lain-lain. Menurut hasil riset oleh “*We Are Sosial*” diantaranya banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati oleh orang Indonesia saat ini adalah *Youtube, Facebook, Instagram dan Twitter*. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media social yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. *Country Director Facebook* Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% *user* Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Awal mula digunakannya media sosial sebelum adanya platform media sosial instagram yang saat ini menduduki pasar teratas salah satunya adalah aplikasi friendster di tahun 2002 yang mana penggunaan aplikasi

tersebut belum terlalu meluas fungsinya seperti sekarang ini, hanya sebatas kebutuhan sosial media yang fiturnya terbatas namun tetap menjadi pilihan pada saat itu, kemudian semakin kesini media sosial terus bertambah dan berkembang melalui fitur yang tersedia dan kegunaan serta fungsinya yang signifikan tahun ke tahun, sebagai mana yang kita kenal beberapa media sosial baru seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *line*, *instagram* dan yang terbaru yaitu *tiktok*.

Dari penjelasan tentang media sosial diatas, dapat diketahui pengaruh media sosial dalam kehidupan saat ini memang sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan lagi dari manusia itu sendiri, tidak terkecuali media sosial Instagram, karena Instagram adalah media sosial yang banyak digandrungi banyak orang saat ini, baik dari kalangan remaja hingga dewasa. Semakin berkembangnya instagram di lingkungan masyarakat semakin beragam pula karakter masyarakat dalam penggunaan media sosial instagram. Selain pengguna biasa ada juga yang menggunakannya sebagai wadah untuk mengekspresikan diri atau sebagai media memulai sebuah bisnis. Banyak akun-akun yang menawarkan hal baru untuk menarik pengguna lebih banyak. Kepribadian seseorang juga dapat dilihat dari akun Instagram yang dimilikinya. Hal itu dapat dilihat dari akun apa saja yang diikutinya, jika seseorang memiliki minat dalam kuliner mereka akan mengikuti (*following*) akun-akun yang membahas tentang makanan. Begitu juga dengan seseorang yang memiliki minat pergi jalan-jalan pastillah mereka akan mengikuti akun yang membahas tentang *traveling*. Dapat dikatakan bahwa media sosial Instagram memiliki kekuatan untuk mempengaruhi individu untuk melakukan suatu hal yang baru salah satunya adalah menumbuhkan minat seseorang pada hal baru yang baru dilihat.

Burhan Bungti menyatakan bahwa “komunikasi merupakan proses interaksi yang terjadi diantara individu yang satu dengan yang lainnya menggunakan simbol, sinyal, perilaku, ataupun tindakan yang dapat dilakukan melalui perkataan lisan, tulisan, atau bahasa non verbal yang hanya dipahami oleh orang-orang tertentu”.(Bungti, 2006) Jika komunikasi

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



yang terjadi dalam suatu masyarakat terhambat maka interaksi sosial yang terbentuk juga akan terhambat dan tidak akan mampu mencapai tujuan bersama. Terdapat beberapa tujuan orang untuk mengadakan komunikasi dengan orang lain yaitu (1) ingin menjalani suatu hubungan dari yang awalnya tidak intim menjadi intim sehingga akan terjalin interaksi sosial yang sifatnya relatif lama; (2) untuk bertukar informasi karena pada dasarnya setiap orang memiliki pengetahuan yang berbeda-beda sehingga dengan berkomunikasi mereka dapat mengetahui pengetahuan yang belum mereka ketahui; (3) untuk memberikan dukungan atas tindakan atau keputusan orang lain; dan (4) untuk mengubah sikap, pandangan, atau tingkah laku seseorang. Hafid Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010).

Salah satu cara berkomunikasi yang banyak digunakan oleh generasi saat ini adalah komunikasi melalui medial sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, *facebook*, *twitter*, dan lain sebagainya. Bahkan saat ini penggunaan media sosial tersebut tidak hanya sebatas digunakan dalam hal media komunikasi saja melainkan juga digunakan dalam bidang bisnis. Banyak sekali pelaku usaha yang mempromosikan barang dan/jasa yang ia produksi melalui akun-akun media sosial, misalkan saja *instagram*. Dengan berbagai fitur menarik yang ditawarkan oleh *instagram* mulai dari *story instagram*, *post instagram*, fitur like, dan komentar, hingga *instagram* bisnis menjadikan *instagram* salah satu alternatif solutif bagi media promosi.

Untuk memaksimalkan promosi menggunakan media sosial *instagram*, terciptalah salah satu fitur yang dinamakan *insight* yang mana digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai pengikut mereka di *instagram*. Hal yang sama juga dilakukan oleh akun *instagram* @minigoldpekanbaru.id yang mana memanfaatkan konten media sosial *instagram* untuk mempromosikan produknya. *Instagram* @minigoldpekanbaru.id bergerak di bidang bisnis penjualan emas. Pengikutnya sejauh ini berjumlah 12.4RB followers dan memiliki 633 post *instagram*. Tentunya untuk melihat pangsa pasar dan apa yang disukai oleh

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para pengikutnya, *insight* menjadi pilihan bagi akun @minigoldpekanbaru.id untuk meningkatkan promosi produk yang dijualnya.

Data yang terdapat di dalam *Insight* Instagram tersebut berisi tentang berbagai informasi mengenai konten, serta mengetahui berapa jumlah interaksi yang terjadi pada akun Instagram, mengetahui data diri (jenis kelamin, usia, dan geografi) pengikut. *Insight* Instagram merupakan tur binaan Instagram yang disediakan secara cuma-cuma. Instagram *Insight* akan memberikan informasi dalam sebuah grafik mengenai performa strategi marketing yang di jalankan dan pengaruhnya terhadap pengikut. Hampir sama halnya dengan strategi bisnis secara offline, pelaku bisnis pasti membutuhkan laporan yang berisi tentang analisis pencapaian sebelumnya dan perencanaan bisnis untuk kedepannya. (Cinthya, 2022)

Insight instagram ini sendiri akan berisi aktivitas dari pengikut atau pengunjung dari profil instagram @minigoldpekanbaru.id, sehingga akan terlihat konten-konten apa yang disukai oleh pengikut dan pengunjung profil instagram tersebut. Selain itu pula, *insight* juga memberikan data mengenai cakupan waktu kapan pengikut atau pengunjung membuka aplikasi instagram dan berselancar di media sosial tersebut, sehingga hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengunggah kontennya di waktu-waktu tersebut (Ekawati, 2019). Tujuan dari *insight* instagram ini tentu adalah supaya pelaku bisnis dapat tepat guna memberikan konten yang memang diinginkan oleh para pengikutnya di waktu yang tepat pula sehingga pengunjung dapat melihat konten yang diunggah. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Oleh Akun @minigoldpekanbaru.id Dalam Meningkatkan *Insight* Instagram”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Bagaimana pemanfaatan konten media sosial instagram dalam meningkatkan *insight* untuk akun instagram @minigoldpekanbaru.id?”

1.3. Tujuan Penelitian

Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pemanfaatan konten media sosial instagram dalam meningkatkan *insight* untuk akun instagram @minigoldpekanbaru.id;

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis
 Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan prospek jangka panjang sehingga dapat berkontribusi dalam hal penambahan pengetahuan dan wawasan mengenai bagaimana pemanfaatan konten media sosial instagram dalam meningkatkan *insight* untuk akun instagram @minigoldpekanbaru.id, sehingga dapat digunakan oleh akun-akun instagram lain dengan menggunakan media yang sama.
2. Manfaat secara praktik
 - a. Bagi Penulis
 Memanfaatkan pengetahuan yang didapatkan untuk selanjutnya diimplementasikan ke dalam pembuatan konten media sosial instagram yang lebih menarik.
 - b. Bagi Peneliti
 Memberikan manfaat sebagai acuan, bacaan, dan menjadi sumber informasi serta ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya dalam hal pengaruh konten media sosial instagram terhadap *insight*.
 - c. Bagi Mahasiswa
 Penelitian ini akan memberikan wawasan lebih kepada mahasiswa terkait pengaruh konten media sosial instagram terhadap *insight* yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam menerapkan hal tersebut pada akun instagram lainnya.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah peneliti dan pembahasan pada penelitian, maka dalam penelitian ini dibagi dalam beberapa bab, dalam setiap bab terdiri dari sub-sub yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini berisi latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi kajian teori dan kerangka berpikir yang menjelaskan kajian konsep kajian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Pada Bab ini peneliti menyajikan tentang sejarah instagram dan gambaran umum penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti menyajikan temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan dan mendiskusikan makna serta implikasinya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini peneliti merangkum temuan-temuan utama dari penelitian, menginterpretasikan hasilnya, dan memberikan rekomendasi berdasarkan temuan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

1. Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni pada tahun 2019 dalam jurnal common volume 3 no 1 yaitu yang mengkaji tentang “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *happy go lucky house*)”. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media social Instagram tidak hanya di jadikan media social untuk sebagai hiburan namun juga media social Instagram bisa juga dimanfaatkan sebagai media promosi, contohnya untuk mempromosikan *Happy Go Lucky House*. Disimpulkan dalam jurnal penelitian ini penulis mengatakan Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Berdasarkan fakta tersebut, saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, tetapi juga sebagai media sosial yang mempunyai peluang besar untuk melakukan kegiatan bisnis, menyusul kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati oleh pengguna. *Happy Go Lucky house*, pelopor *concept store* di Indonesia yang berdiri sejak 2008 mempromosikan produknya memakai instagram, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh *Happy Go Lucky house* dalam akun media sosial instagram, dan mengetahui faktor-faktor apayang membuat instagram dipilih sebagai media promosi yang aktif. Metodologi penelitian menggunakan penelitian kualitatif pada Akun Instagram yang dimiliki yaitu @hglhouse dengan jumlah pengikutnya mencapai 105.000. Pada penelitian ini digunakan paradigma konstruktivis. Tujuan paradigma konstruktivisme yaitu mendapatkan pemahaman, rekonstruksi melahirkan model penelitian kualitatif yang

mencari temukan pemahaman makna yang mendalam dari individu dan masyarakat. Peneliti menarik kesimpulan bahwa *Happy Go Lucky house* melakukan pemanfaatan instagram dengan baik, dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia.(Puspitarini & Nuraeni, 2019)

2. Kedua, Penelitian ini dilakukan oleh Komang Angga Maha Putra dan Kadek Angga Dwi Astina pada tahun 2019 yang tercatat dalam Jurnal Nawala Visual Vol.1 No 2 – Oktober 2019. Jurnal Penelitian ini mengkaji mengenai “Pemanfaatan Media Instagram *Multiple Post* Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet”. Jurnal penelitian ini memfokuskan permasalahan bagaimana memanfaatkan instagram untuk masyarakat tentang berbagai pembelajaran. Setelah saya paham garis besar jurnal ini adalah Media sosial merupakan sarana interaksi yang memuat konten berbasis teks, gambar, serta audio visual. Salah satu media sosial yang paling diminati saat ini adalah Instagram. Media sosial Instagram memiliki lebih dari 1 Milyar pengguna aktif, yang menjadi peluang bagi berbagai akun untuk membagikan informasi. Hal tersebut dimanfaatkan oleh beberapa akun untuk membagikan hal-hal bermanfaat. Instagram pada awalnya merupakan media sosial berbasis ruang tunggal (*single post*) yang kini berkembang menjadi medium unggah konten ruang berganda (*multiple post*). Instagram yang merupakan media sosial berbasis gambar, dimanfaatkan sebagai sarana edukasi melalui fitur *multiple post* dengan menyajikan konten berbasis visual. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan peluang serta pemanfaatan media sosial berbasis gambar dengan fitur *multiple post* dalam menyajikan edukasi bagi warganet yang membutuhkan ilmu yang dapat dipelajari dengan mudah secara singkat dan padat. Metodologi Penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kontinuitas dan perubahan. Pengumpulan data dilakukan dengan

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



observasi dan dokumentasi yang kemudian dianalisis setiap komunikasi visual di dalam konten dari edukasi yang ditawarkan setiap akun. Hasil Penelitian ini Guna meningkatkan kesetiaan warganet dalam mengikuti akun Instagram, para pencipta akun membagikan konten yang memuat edukasi yang disajikan ke dalam komunikasi visual yang disusun menggunakan elemen visual berupa ilustrasi, bentuk, tipografi, dan warna yang konsisten, estetis dan repetitif, untuk menciptakan konten yang atraktif sekaligus menjadi ciri khas dari masing-masing akun yang mengunggahnya. Perkembangan yang terjadi dari perubahan tersebut, membuat Instagram dengan fitur *multiple post* menjadi buku mini dan sukses bertransformasi menjadi sarana edukasi berbasis visual yang kontennya dapat dipelajari serta secara simultan dinikmati oleh warganet. (Putra & Astina, 2019)

3. Ketiga, Penelitian ini dilakukan oleh Handini Prabawati dan Wasono Adi pada tahun 2019 dalam journal *Communicology* Vol. 7 No 2: Hal 160-176 Th.2019. Jurnal Penelitian ini mengkaji mengenai “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi kegiatan. Jurnal penelitian ini memfokuskan pemanfaatan instagram dalam mempublikasikan kegiatan komunitas koalisi pemuda hijau Indonesia (KOPHI). Setelah saya paham garis besar jurnal ini adalah Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) komunitas yang bergerak dibidang lingkungan ini,kerapkali membahas mengenai isu dan fenomena yang terjadi saat itu. Dalam melakukan kegiatannya timDivisi Media dan Komunikasi (MedKom) KOPHI memanfaatkan media sosial instagram sebagai media publikasi kegiatan, studi deskriptif: pada akun Instagram @_kophi. Akan tetapi, rendahnya engagement instagram menjadi hambatan dalam meraih feedback dari followernya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



@_kophi melalui beberapa tahap share, manage, optimize, dan manage. Penelitian ini menggunakan teori utama mediasosial yaitu The Circular Model of SoMe dari Regina Luttrell. Metodologi Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta penelitian ini terdapat 3 key informan dan 5 informan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan pada tahap share, media sosial instagram yang dipilih komunitas KOPHI ini sudah tepat. Pada tahap optimize, pemanfaatan instagram @_kophi cukup optimal namun KOPHI tidak memiliki strategi khusus dalam mengembangkan akun instagramnya. Hasil Penelitian ini adalah Pada tahap manage, untuk melakukan media monitoring komunitas KOPHI menggunakan analitik insight instagram. Pada tahap engage, diketahui follower instagram KOPHI tidak selalu aktif mengikuti perkembangan instagram KOPHI dan jarang memberikan respon pada postingan instagram KOPHI. Komunitas KOPHI terus mengoptimalkan penggunaan fitur instagram untuk mendukung publikasi di akun instagramnya. (Wasono Adi & Handini Prabawati, 2019)

4. Keempat, Penelitian ini dilakukan oleh Fauzia Mafiroh pada tahun 2019 dalam *Journal Communication*. Jurnal ini Mengkaji mengenai “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit. Jurnal ini memfokuskan permasalahan tentang pemanfaatan instagram dalam akunnya untuk meningkatkan minat pengunjung untuk ke taman wisata geni langit. Setelah saya paham garis besar jurnal ini adalah Media Sosial *Instagram* adalah media sharing yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media seperti foto, video, maupun audio video. Dengan kehadiran *Instagram*, sangat membantu kegiatan promosi bagi penggunanya. Dengan menggunakan fitur-fitur Instagram dapat membantu meningkatkan minat pengguna lain

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untu menyukai konten pengguna dengan sajian yang lebih menarik. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemanfaatan media sosial Instagram oleh Taman Wisata Geni Langit. Dalam Jurnal ini, peneliti menyajikan pembahasan meliputi : *pertama*, bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi di Taman Wisata Geni Langit. *Kedua*, bagaimana efektivitas Instagram dalam meningkatkan minat pengunjung Taman Wisata Geni Langit Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media promosi serta efektivitas *Instagram* dalam meningkatkan minat pengunjung Taman Wisata Geni Langit. Metodologi Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni dengan menggambarkan bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* oleh akun @tamanwisatagenilangit dalam meningkatkan minat pengunjung. Peneliti mendapat data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat diambil kesimpulana: *pertama*, pemanfaatn media sosial *Instagram* oleh akun @tamanwisatagenilangit adalah dengan menggunakan beberapa fitur *Instagram*, meliputi (1) judul foto atu caption, (2) Hashtag, (3) Komentar (4) *Mentions* (5) Geotag. *Kedua*, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pengunjung, media sosial Instagram cukup efektif dalam meningkatkan minat pengunjung. Dibuktikan dengan pernyataan pengunjung yang mengetahui banyak postingan foto yang berkonsep Instgramable dari akun @tamanwisatagenilangit.(Mafiroh, 2019)

5. Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Putut Suharso dan Ayu Muntiah pada tahun 2020 dalam *Journal Of Library And Information Science* (EDULIB) No 10 (1) (2020) 1- 14. Yaitu jurnal penelitian ini mengkaji tentang “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi” pada penelitian ini, berfokus pada

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan dengan baik pada perpustakaan perguruan tinggi, yang dapat di ambil kesimpulan dari jurnal penelitian ini penulis mangatakan bahwa Artikel ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi dengan mengamati langsung pada objek kajian yaitu akun Instagram perpustakaan perguruan tinggi. Terdapat tiga akun perpustakaan perguruan tinggi yang diamati oleh penulis, yaitu Perpustakaan Universitas Indonesia, Perpustakaan Universitas Gajah Mada, dan Perpustakaan Institut Teknologi Bandung. Melalui akun tersebut penulis mengambil data mengenai frekuensi penggunaan, jenis konten yang dipublikasikan, dan respon pengguna pada konten Instagram tersebut. Metodologi Penelitian menggunakan penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan dengan melihat langsung pada akun Instagram perpustakaan. Data yang diambil diantaranya yaitu frekuensi penggunaan Instagram, konten Instagram, dan respon pengguna dalam konten Instagram. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Hasil dari penelitian ini diperoleh Perpustakaan Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan paling aktif dari segi jumlah kiriman dibanding dua perpustakaan lainnya. Frekuensi posting Perpustakaan Universitas Gajah Mada adalah 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan. Sedangkan, perpustakaan dengan antusiasme pengguna terbanyak ada pada Perpustakaan UI, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang banyak bertanya dan memberikan likes pada kiriman. Pemanfaatan instagram oleh perpustakaan digunakan untuk memposting konten mengenai kegiatan/event, ucapan hari besar, serta informasi terkait perpustakaan hingga pengetahuan umum yang berguna bagi pembaca.(Suharso & Muntiah, 2020)

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6. Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Sella Efrida dan Anisa Diniati pada tahun 2020 dalam Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 8, No 1, Juni 2020 hlm. 57-71. Jurnal penelitian ini mengkaji ”Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss Internasional 2017” pada penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana memanfaatkan secara maksimal fitur pada instagram untung *Personal Branding Miss International* pada tahun 2017, dan yang dapat diambil kesimpulan dari penulis adalah Media sosial saat ini selain sebagai media berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga mendatangkan suatu fenomena baru sebagai wadah dalam melakukan *personal branding*. Salah satu media sosial yang sering digunakan dalam melakukan *personal branding* adalah Instagram. Kevin Liliana melalui akun Instagramnya @kevinlln melakukan pemanfaatan fitur pada Instagram untuk menampilkan identitas dirinya sebagai seorang *Miss International* 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *personal branding* yang dilakukan oleh Kevin Liliana selaku *Miss International* 2017 dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang bertujuan untuk menafsirkan makna-makna yang dimiliki oleh informan tentang suatu fenomena *personal branding* yang dilakukan oleh Kevin Liliana selaku *Miss International* 2017 yang terdapat pada fitur Instagram. Teknik pengumpulan data penelitian ini berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kevin Liliana mendasari *personal branding*-nya secara *authentic*, dimana terdapat keselarasan antara apa yang ia tampilkan di media sosial dan kehidupan aslinya. *Personal branding* yang Kevin Liliana tampilkan sebagai *Miss International* 2017 yaitu sebagai *beauty queen* yang *soft*, *humble*, dan menonjolkan sisi *behavior*-nya. Kevin

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Liliana membangun *personal branding* melalui Instagram pribadinya @kevinlln ini tidak hanya berupa mengunggah konten *personal branding*, tetapi juga dengan berinteraksi dengan para pengikutnya melalui fitur Instagram agar pesan *personal branding*-nya dapat lebih cepat dan mudah tersampaikan. Secara keseluruhan, Kevin Liliana berhasil melakukan *personal branding* di media sosial Instagram, walaupun terdapat kekurangan, seperti *engagement* pada konten kegiatan sosialnya tidak lebih banyak mendapat respon seperti *like* dan *comment* dari pengguna lain. (Efrida & Diniati, 2020)

7. Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Vrisha Erina Maharani dan Dra. M.M Amalia Djuwita pada tahun 2020, dalam *journal e-proceeding Of Management* vol. 7 No.2 Agustus 2020. Jurnal penelitian ini mengkaji “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang”. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada pemanfaatan pada media social instagram sebagai media dalam komunikasi dan informasi daerah pada pemerintah di kota Semarang. Kemudian dapat disimpulkan kembali dari jurnal penelitian ini bahwa dapat disimpulkan Pertumbuhan teknologi pada era ini tentu juga mempengaruhi pertumbuhan media, baik media konvensional maupun media digital seperti contohnya media sosial. Media sosial saat ini sudah berfungsi sebagai kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Cara penggunaan dan fitur fitur Instagram yang menarik menjadikan Instagram salah satu primadona di kalangan media sosial lainnya, penggunaanya pun bervariasi mulai dari masyarakat, public figure hingga pemerintahan, instansi pemerintahan memanfaatkan kemampuan media sosial khususnya Instagram sebagai media penyebaran informasi publik, dan salah satu contohnya adalah Pemerintah Kota Semarang. Instagram dipilih menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemerintah Kota Semarang. Dengan nama akun (@semarangpemkot), instagram tersebut difungsikan dalam pemanfaatan media untuk penyebaran informasi. Instagram pemerintah Semarang tentu memiliki hambatan sehingga penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana Pemerintah Kota Semarang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi. Metodologi penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode ini digunakan karena pemanfaatan yang digunakan tidak bisa di hitung atau kuantifikasi atau dihitung berdasarkan data tetapi perlu adanya wawancara dan observasi lebih jauh. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa instagram Pemerintah Kota Semarang dinilai cukup berhasil dalam pemanfaatannya sebagai media komunikasi dan informasi publik, meski dalam perjalanannya diperlukan kritik dan saran dari masyarakat demi membangun Pemerintah Kota Semarang yang lebih maju ke depannya. (Maharani & Djuwita, 2020)

8. Penelitian yang dilakukan oleh Fuja Siti Fujiawati dan Reza Mauldy Raharja pada tahun 2021 dalam Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni. Vol 6 No 1. Jurnal penelitian ini mengkaji tentang “Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran” pada penelitian ini, berfokus pada bagaimana memanfaatkan Media social Instagram sebagai media dalam penyajian kreasi seni untuk pembelajaran/pendidikan gunanya untuk memberitahukan informasi yang lebih menarik lagi, kemudian yang dapat diambil kesimpulan dari jurnal penelitian ini dari penulis yaitu Media Sosial merupakan media online yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi, berinteraksi, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi/konten untuk digunakan para penggunanya melalui perangkat aplikasi khusus dengan jaringan internet tanpa dibatasi oleh ruang atau waktu, yang saat ini erat dengan kehidupan remaja, dan salah satunya ialah instagram. Adapun tujuan dari penelitian ini

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah untuk mengetahui tanggapan mahasiswa terhadap pemanfaatan media sosial instagram sebagai media penyajian kreasi seni dalam pembelajaran. Khususnya di masa pandemi seperti saat ini, dimana ajang pementasan yang terbatas ruang, sehingga melalui media sosial Instagram ini dapat menjadi sarana aktualisasi kreasi seni mahasiswa. Metodologi Penelitian dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang berangkat dari kajian literatur mengenai pemanfaatan media untuk pembelajaran, dan presentasi project yang disajikan mahasiswa serta mengetahui tanggapannya. Hasil Penelitian ini adalah data menunjukkan bahwa mahasiswa sudah terbiasa dengan penggunaan media sosial instagram ini dalam kesehariannya, dan sebanyak 64,3% merasa pemanfaatan media sosial instagram dapat dijadikan *alternative* solusi untuk pembelajaran. Adapun saran mengoptimalkan pembelajaran dengan memanfaatkan media sosial Instagram ialah dengan Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) sebagai media. melengkapi konten sesuai materi, merapihkan *feeds* agar tampak menarik serta memanfaatkan *live* instagram sebagai media perkuliahan untuk pembelajaran *synchronus*.(Fujiawati & Raharja, 2021)

9. Kesembilan, Penelitian ini dilakukan oleh Stefani Wijaya dan Aryo Subarkah Eddyono tercatat dalam jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 4(1), April,2021,pp 73-85. Jurnal Penelitian ini mengkaji mengenai “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Redaksi Kuninganmas”. Jurnal penelitian ini penulis memfokuskan permasalahan mengenai pemanfaatan media social untuk redaksi Kuninganmas. Setelah saya paham garis besar jurnal ini adalah Saat ini berbagai media menggunakan media sosial dengan berbagai motivasi. Salah satu media yang melakukan hal tersebut adalah media online lokal di Kuningan Jawa Barat yaitu Kuninganmass. Kuninganmass memilih Instagram karena memiliki banyak fitur yang bisa digunakan untuk

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



keperluan editorial. Instagram Kuninganmass memiliki 25,2 ribu pengikut dan memiliki interaksi yang unggul dibandingkan dengan media online lokal lainnya seperti Radar Kuningan, Dialektika Kuningan, FrameWarta, SuaraKuningan, Ciremai Today, Kuninganmedia. Penelitian ini menjawab: bagaimana Kuninganmass memanfaatkan Instagram?. Metodologi penelitiannya Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumen. Studi kasus merupakan metode empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer. Subjek dari penelitian ini yaitu Deden Rijalul Umam sebagai pemimpin redaksi *Kuninganmass*, Eki Nurhuda Al Mutaqin sebagai pengelola Instagram, Agus Mustawan sebagai editor *Kuninganmass* dan Muhadjir Affandi sebagai tim IT. Hasil penelitian ini redaksi Kuninganmass menggunakan Instagram untuk keperluan distribusi berita, pengumpulan berita, promosi konten dan penjualan serta media interaksi baru. Kuninganmass memanfaatkan media sosial Instagram dengan menggunakan fitur-fitur Instagram seperti Instagram story, Instagram TV, Instagram live, upload konten, dan direct message. Motivasi Kuninganmass menggunakan Instagram adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pembaca, mengenalkan nama Kuninganmass dan memperluas segmentasi khususnya menjangkau segmentasi anak muda. Dengan pemanfaatan Instagram, Kuninganmass berhasil meningkatkan segmen anak muda, memperkenalkan nama Kuninganmass lebih luas dan mendapatkan tambahan pendapatan alternatif. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melihat bagaimana redaksi dipengaruhi oleh budaya media sosial dalam memproduksi kontennya.(Eddyono et al., 2021)

10. Kesepuluh, Penelitian ini dilakukan oleh Egan Evanzha Yudha Amriel dan Reiga Ritomiea Ariescy pada tahun 2021 dalam jurnal Media Manajemen Jasa, Vol. 9, No. 2, yaitu yang mengkaji tentang

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Analisa Engagement Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar”. Penelitian ini berfokus pada sosial media tidak hanya digunakan dalam bersosialisasi namun sebagai media pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM salah satunya menggunakan Instagram. Namun pelaku UMKM tidak cukup hanya menampilkan foto produk tetapi juga harus memperhatikan aspek engagement rate sehingga apa yang ditampilkan di Instagram sering nampak oleh followers. Nagesushi merupakan salah satu merek yang menggunakan Instagram sebagai media pemasaran. Dengan banyaknya follower sejumlah 17 ribu lebih harapannya memiliki engagement yang tinggi pada setiap postingannya. Namun permasalahannya adalah jumlah like dan komentar tidak begitu tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan fenomena like dan comment sehingga memiliki pengaruh rendah tingginya pada engagement rate dari suatu akun, sehingga pelaku UMKM dapat melakukan cara pemasaran yang efektif melalui Instagram dan mendapatkan engagement rate yang tinggi. Responden merupakan follower Nagesushi yang aktif dalam menggunakan Instagram dimana mereka setiap hari bisa menghabiskan dua sampai lima kali bahkan lebih untuk membuka aplikasi Instagram baik mereka hanya sekedar melihat beranda, IG story, maupun posting konten foto atau video. Berdasarkan hasil dari responden, kebanyakan responden sering melihat postingan Nagesushi di beranda mereka, namun mereka tidak selalu memberikan like dan komentar. Alasan Responden memberikan like karena mereka menyukai konten yang diposting dan salah satu bentuk mendukung pelaku UMKM (Nagesushi). Terkait dengan komentar, mereka lebih banyak yang tidak pernah memberikan komentar. Responden yang pernah memberikan komentar ada responden yang menyukai konten dan bertanya terkait produk maupun harga. (Amriel & Ariescy, 2021)

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Kesebelas, Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Irfan Fauzi dan Nova Yuliati pada tahun 2020, dalam *Journal Riset Public Relations*. Jurnal penelitian ini mengkaji mengenai “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran *COVID-19*”. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan permasalahan tentang memanfaatkan media social termasuk media social Instagram sebagai upaya pemberitahuan atau edukasi/pembelajaran pencegahan penyebaran *COVID-19*. Kemudian dapat disimpulkan kembali bahwa inti isi jurnal penelitian ini adalah Segala upaya dilakukan oleh pemerintah pusat maupun daerah untuk memutus mata rantai penyebaran *COVID-19*. Dalam hal ini humas pemerintah kota Cimahi melalui media sosial Instagramnya @cimahikota mencoba memberikan edukasi mengenai pencegahan penyebaran *COVID-19*. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan informasi, alasan menggunakan media sosial instagram sebagai upaya edukasi, perencanaan pembuatan sebuah konten yang mengedukasi, dan solusi dari kendala yang terjadi ketika melakukan kegiatan edukasi melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, teknik analisis data yaitu teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman, diharapkan dapat menjawab tentang bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai upaya edukasi pencegahan penyebaran *COVID-19* ini berlangsung secara menyeluruh. Hasil dari penelitian ini yaitu pengelolaan informasi yang dilakukan oleh humas pemerintah kota Cimahi diawali dengan mencari informasi yang berkaitan dengan pandemi *COVID-19*, melakukan kordinasi dengan lembaga terkait dan setelah itu melakukan validasi. Lalu alasan humas pemerintah kota Cimahi menggunakan media sosial instagram karena kondisi pandemi yang menyebabkan keterbatasan akan ruang dan waktu, instagram saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat, instagram memiliki

kelebihan dari segi biaya yang lebih murah, penggunaan yang relatif mudah dan informasi dapat tersampaikan dengan cepat dan luas selain itu perencanaan pembuatan konten yaitu diawali dalam pemilihan informasi yang sesuai, informasi tersebut dikelola, divalidasi setelah itu disesuaikan dengan jenis informasi dan segmentasinya lalu yang terakhir solusi dari kendala yang dalam mendukung melalui instagram diantaranya melakukan survei untuk mengetahui efektifitas penggunaan media sosial dalam memberikan informasi atau mendukung masyarakat yang dimana nantinya menjadi tolak ukur keberhasilan untuk bahan evaluasi dan selain itu terus mencoba memperbaiki dan memperkuat kordinasi agar kedepannya semakin baik.(Irfan Fauzi & Yuliati, 2022)

12. Keduabelas, Penelitian ini dilakukan oleh Novianto, Y H Suprianto, R A P Singgih, Jonathan, A H Gunadi , Y P Wibisono pada tahun 2022 dalam jurnal GIAT: Teknologi untuk Masyarakat Vol. 1, No. 2, yaitu mengkaji tentang “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan *Social Engagement* Pada Kedai Bintoro Kopi”. Penelitian ini berfokus pada bagaimana teknologi berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun belakangan ini terutama pada media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Biasanya Instagram digunakan untuk media promosi para pemilik bisnis, baik perusahaan maupun UKM. Salah satu UKM yang menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah Kedai Kopi Binkop. Akan tetapi promosi Binkop masih kurang maksimal dari segi desain dan konsistensi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya SDM yang memiliki kemampuan desain dan editing. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan pelatihan dalam penggunaan media sosial untuk promosi. Pelatihan dilaksanakan sebanyak lima sesi yaitu pelatihan teori desain dan marketing, pelatihan pengaplikasian dan tiga sesi pendampingan. Dari pelatihan ini kedai Kopi Binkop menghasilkan

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tiga unggahan IG *Story* dan empat IG *Feed*. Terlihat dari statistik *Insight* Instagram Binkop bahwa terdapat kenaikan yang signifikan pada akun yang dijangkau dan akun yang berinteraksi setelah diadakannya pelatihan.(Novianto et al., 2022)

13. Ketigabelas, Penelitian ini dilakukan oleh Putra Ramadhani Nurwijayanto, Mohammad Mahendra Dharmawan pada tahun 2023 dalam jurnal *Ekonomi dan Perkembangan Bisnis* Vol. 7 No. 2, yaitu mengkaji tentang “*Strategi Influencer Marketing* Dalam Meningkatkan *Customer engagement* (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @sotoayamcakson)”. Penelitian ini berfokus pada strategi *influencer marketing* yang digunakan oleh akun Instagram sotoayamcakson dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*). Dalam era pemasaran digital dan media sosial, *influencer marketing* telah menjadi alat yang berpengaruh dalam membangun interaksi yang kuat antara merek dan pelanggan potensial. Studi deskriptif dalam penelitian ini akan menggambarkan bagaimana sotoayamcakson berkolaborasi dengan influencer Instagram untuk menciptakan konten yang menarik dan memikat. Analisa dilakukan dari jenis-jenis konten yang dihasilkan pengumpulan data melalui *pattern matching* dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan, serta respons dan interaksi pelanggan terhadap konteninfluencer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sotoayamcakson berusaha untuk mengombinasikan mega influencer hingga nano influencer. Kombinasi tersebut ditujukan guna untuk mendatangkan kesadaran terhadap produk dan keterlibatan dari para calon maupun para pelanggan loyal sotoayamcakson. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan dampak akademis mengenai strategi influencer marketing yang dilakukan oleh sotoayamcakson.(Nurwijayanto & Dharmawan, 2023)

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2. Landasan Teori

1. Media Sosial

a. Pengertian

Pengertian mengenai media sosial turut diberikan oleh beberapa ahli diantaranya, menurut Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2015), media sosial adalah “suatu *platform* yang terhubung dengan menggunakan internet dimana antara orang yang satu dengan orang yang lainnya dapat bertukar pesan, saling berbagi pengalaman ataupun membangun sebuah relasi pertemanan.” Pengertian lainnya datang dari Andreas Kaplan dan Michales Harlein (Briggs et al., 2006) yang mengatakan bahwa “sosial media adalah kelompok aplikasi yang memanfaatkan jaringan internet yang dibuat berdasarkan teknologi 2.0 dan sangat memungkinkan untuk terciptanya pertukaran *user-generated conten*.”

Media sosial yang kini dikenal oleh masyarakat umum adalah mulai dari aplikasi bertukar pesan seperti *line* dan *Whatsapp*, aplikasi berbagi foto dan video seperti *youtube*, *facebook*, *instagram*, *twitter*, *tiktok*, dan masih banyak lagi lainnya, dengan penggunaan yang disesuaikan dari setiap keunggulan yang dimiliki masing-masing aplikasi. Media sosial dapat pula diartikan sebagai media berbasis *online* yang memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk ikut serta membuat isi seperti blog atau jejaring sosial lainnya, namun ada juga yang memberikan pengertian bahwa media sosial merupakan media atau *platform* berbasis *online* dengan mengubah komunikasi yang biasanya hanya terjadi dengan tatap muka menjadi sebuah dialog interaktif yang bahkan dapat terjadi meskipun kedua belah pihak tidak bertemu langsung.

Media sosial menurut Chris Garret adalah “alat, jasa, dan komunikasi yang memberikan sarana dan prasarana bagi

hubungan yang terjalin antara dua orang atau lebih yang mana kedua belah pihak sama-sama memiliki keuntungan, sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dari adanya penggunaan media sosial ini.” Sedangkan menurut Karjaluoto (Soekanto, 2012), beliau mengatakan bahwa “media sosial merupakan media yang dapat dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk mencapai kemudahan dalam berpartisipasi sehingga mampu memberikan suatu kontribusi pada media tersebut karena pada dasarnya setiap sosial media menganut asas keterbukaan, sehingga setiap penggunanya bebas membagikan *moment* apapun di dalam hidupnya melalui media sosial.”

Sosial media merupakan situs jaringan sosial yang memiliki basis web dimana dimungkinkan bagi setiap penggunanya untuk mengembangkan sebuah profil dimana pengguna lainnya dapat mengakses dan melihat profil tersebut karena semuanya terintegrasi dalam suatu sistem. Profil yang dimaksud disini dapat berupa tulisan teks, gambar, video, ataupun audio selama masih dapat dinikmati secara visual ataupun audio. Pengertian lain mengenai media sosial adalah suatu aplikasi atau website yang dapat digunakan oleh paara penggunanya untuk membuat dan menyebarluaskan konten yang ia buat ke jejaring sosialnya seperti teman-temannya atau biasa disebut dengan *followernya*, dengan tujuan tertentu.

Sehingga berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan suatu prasarana berbasis digital dengan memanfaatkan sinyal internet yang memberikan kesempatan kepada setiap penggunanya untuk melakukan interaksi jarak jauh, bertukar informasi, ataupun membagikan pengalaman yang dialaminya.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Karakteristik Sosial Media

- 1) Jaringan, dimana media sosial menciptakan sebuah jaringan dengan para penggunanya, terlepas dari asal usulnya ataupun kenal tidaknya satu sama lain di antara mereka, yang terpenting media sosial mampu menjadi penghubung di antara mereka sehingga tercipta suatu ikatan;
- 2) Informasi, dimana media sosial menyediakan informasi untuk disebar luaskan, dimana semua penggunanya dapat membagikan atau bertukar informasi apapun;
- 3) Arsip, dimana media sosial akan menyimpan segala macam informasi yang telah disebarkan oleh penggunanya sehingga jika suatu saat pengguna ingin mencari kembali informasi tersebut akan terasa lebih mudah;
- 4) Interaksi, di dalam media sosial, interaksi yang diciptakan bukan hanya berupa bertukar pesan saja namun juga bisa mengomentari postingan dari pengguna yang lainnya, hal itulah yang disebut dengan interaksi aktif;
- 5) Simulasi Sosial, media sosial seakan-akan menciptakan dunia baru yang disayangkan kebanyakan berbeda dengan realitas yang dihadapi sebenarnya, sehingga pengguna sosial media cenderung tidak bisa membedakan bahwa hal yang mereka hadapi adalah realitas semu;
- 6) Konten, media sosial membebaskan penggunanya untuk mengekspresikan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya, hal yang disebarluaskan itulah yang disebut dengan konten, dengan sosial media juga seseorang tidak hanya bisa menciptakan konten namun juga menikmati konten yang disuguhkan oleh orang lain;
- 7) Penyebaran, media sosial pada pokoknya memang berfungsi untuk menyebarkan informasi yang dimiliki oleh

sesama pengguna media sosial, namun tetap saja konten yang disebar luaskan tersebut haruslah dilakukan atas seizin pemilik konten dan tidak melukai hak asasi yang dimiliki oleh setiap pengguna.

c. Peran Media Sosial

Dalam kehidupan dunia modern saat, ini tentunya media sosial memegang peranan yang sangat penting diantaranya adalah untuk (Gustam, 2018):

- 1) Memudahkan seluruh golongan usia untuk mendapatkan informasi terbaru sehingga perkembangan teknologi dapat dengan mudah masuk ke dalam kehidupan seseorang;
- 2) Dengan adanya kesempatan untuk berkomunikasi dengan orang yang jauh sekalipun, maka dengan jelas media sosial memegang peranan dalam terjalinnya hubungan dan interaksi sosial;
- 3) Media sosial mampu memperluas jangkauan sektor-sektor kehidupan sehingga memberikan keuntungan-keuntungan tertentu, contoh nyatanya adalah dalam sektor ekonomi, dimana media sosial mampu menyebarluaskan informasi mengenai suatu produk sehingga akan banyak orang yang tertarik untuk membeli;
- 4) Media sosial mampu menjamin kecepatan dalam penyebarluasan informasi dan juga jejak yang ditinggalkan di dalam sosial media tidak akan pernah hilang.

d. Jenis-Jenis Media Sosial

- 1) *Collaborative Projects*;

Merupakan jenis media sosial dimana siapapun dapat menambah, mengubah, ataupun mengurangi konten karena izin atas hal tersebut telah diberikan pada jenis sosial media ini. Contohnya adalah wikipedia.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) *Blogs*;
Menjadi pelopor adanya sosial media pertama kali dimana seorang pengguna bebas mengunggah apapun tentang kehidupan pribadinya ataupun informasi yang dia miliki dengan menampilkan adanya urutan waktu secara kronologis.
- 3) *Content Communities*;
Tujuan utama dari sosial media ini adalah antar anggota bisa menyebarluaskan konten yang mereka miliki mulai dari foto, video ataupun audio, dimana mereka tidak perlu membuat profil secara pribadi.
- 4) *Social Networking Sites*;
Jenis media sosial ini sudah mewajibkan setiap penggunanya untuk membuat profil sehingga pengguna lain dapat mengakses profil tersebut, namun dari segi kegunaan masih sama seperti media sosial sebelumnya yaitu membagikan foto, video, ataupun audio, contohnya adalah *facebook*.
- 5) *Virtual Games Worlds*;
Media sosial ini membuat replika realitas sebenarnya sehingga masing-masing pengguna seperti benar-benar berperan di dunia nyata namun dengan menggunakan avatarnya masing-masing.
- 6) *Virtual Social Worlds*.
Media sosial ini memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk berperilaku sebagaimana dalam dunia nyata namun dengan menggunakan virtualnya masing-masing. Contohnya adalah *second life*.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Instagram sebagai Media Sosial

a. Pengertian

Instagram merupakan salah satu media sosial yang begitu populer penggunaannya bukan hanya dikalangan remaja saja namun seluruh kalangan saat ini gemar membagikan momen hidup mereka ke instagram. Instagram memiliki fitur standar sebagaimana media sosial pada umumnya, mampu membagikan teks, gambar, video, ataupun audio hanya saja yang membedakan adalah instagram mampu menampilkan semuanya dengan menggunakan filter digital yang membuat gambar ataupun video yang dibagikan lebih menarik. Instagram dari segi kebahasaan berasal dari kata “insta” yang juga berasal dari kata “instan” dan diartikan sebagai sesuatu yang kilat dan cepat dan “gram” yang sebenarnya merupakan penggalan kata “telegram” yang sebelumnya lebih dahulu muncul (Nurudin, 2012).

Cara kerja instagram cukup mudah, seorang pengguna cukup mengikuti (*follow*) pengguna yang lain, jika pengguna lain tersebut balik mengikuti maka di antara mereka dapat terjadi komunikasi dan interaksi, dimana dapat saling mengomentari unggahan foto ataupun video, dapat menyukai unggahan masing-masing atau juga bisa berkomunikasi melalui fitur pesan yang disediakan oleh instagram.

b. Manfaat Penggunaan Instagram

Tentunya sebagaimana fungsi utamanya, instagram disini memiliki manfaat untuk menyebarluaskan informasi yang didapatkan baik berupa gambar, video, audio, atau juga bisa digunakan sebagai sarana mempromosikan sesuatu karena jangkauannya yang begitu luas sehingga instagram sering digunakan sebagai media marketing terlepas dari manfaat utamanya yaitu untuk memperluas jaringan perkenalan pertemanan.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

Sebagaimana konsep mata uang logam yang memiliki dua sisi yang tidak bisa dipisahkan, maka instagram sebagai media sosial juga memiliki sisi kelebihan dan juga sisi kekurangan yang tidak dapat dipisahkan, yang kemudian akan diuraikan sebagai berikut (Ferlitasari, 2018):

- 1) Kelebihan
 - Dapat menjadi media marketing guna mempromosikan suatu produk;
 - Memperluas jaringan pergaulan;
 - Foto ataupun video yang disebarluaskan tidak akan hilang karena memiliki fitur arsip;
 - Memberikan lokasi dan waktu yang menunjukkan pengambilan foto atau video tersebut
- 2) Kekurangan
 - Terdapat sebagian pengguna yang cenderung *oversharing* sehingga dianggap sebagai ajang unjuk diri;
 - Karena tidak ketatnya batasan usia, maka media sosial instagram dapat diakses oleh umur berapa saja namun justru karena itu pengawasan terhadap konten di bawah umur dirasa kurang.

2.3. Konsep Operasional

1. Pengertian Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata dasar “manfaat” yang artinya sesuatu yang memiliki kegunaan tertentu. Pemanfaatan dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau proses yang menjadikan sesuatu bermanfaat.

2. Pengertian Konten

Konten merupakan suatu bentuk informasi yang memang disediakan di media sosial. Konten yang disajikan melalui media sosial dapat berupa

gambar, foto, ataupun video yang dapat diunggah menjadi beberapa variasi konten, misalkan saja konten instagram yang berupa video dapat diunggah sebagai post, insta story ataupun reels.

3. Pengertian Media Sosial

Seiring dengan perkembangan teknologi, maka hampir seluruh manusia di bumi memiliki sosial media karena sosial media memberikan kemudahan untuk menjangkau orang yang terbentang jarak untuk berkomunikasi. Sosial media terdiri dari dua kata yaitu sosial dan media, sosial berasal dari bahasa latin yaitu “*socius*” yang artinya segala sesuatu yang tumbuh dan berkembang secara bersama sehingga membentuk suatu struktur sosial tertentu yang memiliki ciri dan unsur-unsur tertentu juga. Sementara media juga berasal dari bahasa latin yaitu “*medius*” yang artinya perantara atau tengah sehingga dapat diartikan sebagai penghubung antara satu pihak dengan pihak lainnya. Sehingga secara singkat sosial media merupakan perangkat yang bisa digunakan untuk berkomunikasi, berkirip pesan, bertukar kabar, dan menjalin pertemanan dengan pengguna media sosial lainnya.

4. Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang fungsi utamanya untuk mengunggah gambar atau video yang berisi momen-momen dari si pemilik akun. Namun banyak saat ini yang menggunakan instagram sebagai media promosi, sehingga saat ini instagram banyak digunakan oleh pelaku bisnis. Melalui Instagram orang yang mengikuti profil kita dapat membubuhkan komentar dalam setiap postingan yang kita unggah. Instagram sendiri berasal dari dua kata yaitu insta yang berarti instan dan gram yang diadaptasi dari telegram yang mana fungsinya adalah untuk mengunggah atau membagikan foto beserta video.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pengertian Insight

Insight merupakan salah satu fitur instagram yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mencari tahu dan menggali informasi mengenai pengikut mereka di instagram. Misalkan saja untuk melihat demografi ataupun kesukaan atau hal-hal yang di “like” oleh pengikutnya sehingga pemilik akun instagram dapat memahami sebenarnya apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh para pengikutnya dan pemilik bisnis dapat membuat konten sesuai dengan yang pengikutnya inginkan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah cara kita melihat dan mengkonsepkan suatu objek dengan hasil pemikiran yang logis atau lebih sederhananya adalah bagaimana kita mengatasi sebuah masalah dengan mendapatkan hasil pemikiran yang mudah dicerna oleh akal manusia.

Media sosial instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka jual. Untuk mengetahui dengan benar konten apa yang disukai oleh pengikut atau pengunjung profil instagramnya, banyak pelaku bisnis salah satunya @minigoldpekanbaru.id untuk menggunakan konten *insight*. Melalui konten ini akan terlihat konten-konten apa yang disukai oleh pengikut dan pengunjung profil instagram tersebut. Selain itupula, *insight* juga memberikan data mengenai cakupan waktu kapan pengikut atau pengunjung membuka aplikasi instagram dan berselancar di media sosial tersebut, sehingga hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengunggah kontennya diwaktu-waktu tersebut, diharapkan dengan begitu promosi yang dilakukan oleh pelaku bisnis menjadi tepat sasaran dan terlihat bagaimana *insight* memiliki manfaat. Berikut dibawah ini penulis merumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Media sosial instagram
@minigoldpekanbaru.id

Pemanfaatan Konten
Media sosial instagram

1. Kesegeraan
2. Keragaman isyarat
3. Variasi bahasa
4. Sumber personal

Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram
Akun @minigoldpekanbaru.id dalam
Meningkatkan Insight

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori Kesempurnaan Media atau biasa disebut *Media Richness Theory* dikemukakan oleh Trevino, Daft dan Langel (1990) pada buku Pace & Faules (2015:188). Daft dan Langel (1984) menyatakan bahwa media memiliki kemampuan yang berbeda untuk mempermudah pemahaman dan media dapat dipandang sebagai “kaya” atau “miskin” berdasarkan pada kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama. “Kaya” dalam artian media yang memiliki kekuatan membawa pesan informasi dan juga terdapat *feedback* dari informasi tersebut. Sedangkan “miskin” berarti media kurang memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi yang kemudian menyebabkan kebingungan sehingga diperlukan kemampuan tambahan untuk menggunakan media ini. Pemilihan media sebagaimana dicetuskan oleh Daft dan Langel mengemukakan bahwa media yang lebih kaya lebih cocok untuk informasi yang samar-samar dan pesan non-rutin, sementara media yang lebih miskin lebih cocok untuk pesan tegas dan pesan rutin yang dapat langsung di pahami. Disebutkan bahwa Daft dan Langel menyatakan 4 kriteria untuk menilai “kekayaan” sebuah media, yaitu:

- a. Kesegeraan atau *immediacy*
- b. Keragaman isyarat atau *multiple cues*
- c. Variasi bahasa atau *language variety*
- d. Sumber personal atau *personal source*

Kesegeraan memiliki arti yaitu kemampuan media dalam memberikan informasi secara terus menerus dan *feedback* yang cepat. Kriteria ini dianggap penting karena dalam proses komunikasi apabila terjadi penundaan maka isu penting yang tertunda tidak akan tepat lagi. Kemudian pada keragaman isyarat, kemampuan mengkomunikasikan pesan dengan pendekatan verbal maupun non-verbal. Variasi bahasa dimana penggunaan kata menunjukkan kemampuan memahami sesuatu, misalnya dalam menyampaikan ide-ide atau konsep melalui *symbol*. Dan Sumber personal yang mana penting disampaikan kepada pengguna paling akhir. Selain itu

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media Richness Theory atau Teori Kesempurnaan Media juga banyak digambarkan sebagai kemampuan media dalam memproduksi informasi.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memperoleh suatu fakta-fakta atau prinsip-prinsip yang kemudian data-data tersebut disusun secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran (Mardalis, 2004). Metode penelitian penting untuk dirancang di awal demi terciptanya pemahaman secara menyeluruh terkait subjek ataupun objek yang akan diamati. Dengan pemilihan metode penilaian yang tepat maka akan mempermudah pula mendapatkan jawaban atas penelitian yang dilakukan. Desain penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif. Pemilihan metode kualitatif untuk menyelidiki mengenai Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Insight* dirasa tepat karena penelitian kualitatif mampu menggali informasi yang sesuai dengan data empiris yang ditemukan di lapangan.

Metode kualitatif merupakan penelitian yang nantinya akan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis ataupun lisan atau bisa juga melakukan pengamatan terhadap perilaku. Disebut penelitian kualitatif karena pokok penelitian yang dijabarkan nantinya akan menghasilkan data yang tidak dapat diukur dengan menggunakan grafik numerik melainkan berupa suatu hal yang lebih empiris yang didapatkan dengan cara melakukan observasi langsung dan mempelajari dokumen-dokumen tertulis sebagai bahan pendukung.

Selanjutnya jenis penelitian yang cocok untuk penelitian kali ini adalah penelitian deskriptif dimana berarti berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau kejadian yang memang terjadi yang dapat dibuktikan dengan sajian data baik lisan ataupun tertulis dari objek yang diamati (Usman & Akbar, 2009). Data akurat dari penelitian ini didapatkan dari pengamatan secara langsung di lapangan. Peneliti memilih menggunakan jenis penelitian

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini dikarenakan sesuai dengan tujuan metode kualitatif yaitu memahami lebih mengenai objek penelitian dan mendeskripsikan secara rinci hasil analisa dengan apa adanya.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat Penelitian dilakukan di Aish Store yang beralamat di Jalan Delima IX Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari – April 2024.

3.3. Sumber Data Penelitian

Pemahaman mengenai sumber data penelitian adalah seputar dari mana data-data tersebut di dapatkan. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif dapat berupa hasil wawancara ataupun hasil observasi langsung ke lapangan dan juga studi literatur yang berasal dari buku bacaan, jurnal, ataupun penelitian terdahulu yang validasinya dapat dipertanggung jawabkan (Moleong, 2017). Sumber data pada penelitian kualitatif dapat berupa:

a. Narasumber atau Informan

Peneliti memerlukan informasi dari individu manusia yang disebut dengan informan (Sutopo, 2006). Manusia sebagai sumber informasi bagi peneliti, memiliki berbagai informasi yang bisa diperoleh. Tidak ada perbedaan kedudukan antara peneliti dengan informan ataupun narasumber, informan tidak hanya memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, namun informan bisa memilah arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Informan haruslah memiliki informasi, menguasai informasi, dan memiliki waktu luang untuk memberikan informasi sehingga bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian, penulis menentukan informan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar menguasai objek dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa informan yaitu:

NO.	NAMA INFORMAN	KETERANGAN
1.	Miza Wahyuni	Owner @minigoldpekanbaru.id
2.	Najmi	Admin Instagram @minigoldpekanbaru.id
3.	Alan	Admin Whatsapp @minigoldpekanbaru.id

- b. Tempat atau Lokasi
Tempat maupun lokasi penelitian merupakan salah satu sumber informasi yang bisa diperoleh dengan pengamatan secara langsung.
- c. Literatur
Literatur merupakan sumber data yang bisa saja berupa cetak atau *online* seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, thesis, majalah, koran, laporan penelitian dan dokumen yang terkait atau jurnal-jurnal *online*, blog dan halaman web. *Literature* yang akan digunakan untuk memberikan informasi adalah, buku, jurnal, skripsi, blog dan web. Penulis mengambil sumber data literatur yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam penelitian kualitatif kali ini, diantaranya adalah:

- a. Wawancara
Wawancara menjadi salah satu alternatif yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat didapatkan dengan pengamatan visual yang terjadi diantara pewawancara dan narasumber (P & Subagyo, 2006). Wawancara dilakukan peneliti untuk membantu memberikan informasi terkait permasalahan dengan cara tatap muka. Wawancara dilakukan guna mendapatkan data-adatayang sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian. Berdasarkan definisi

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut pewawancara akan melakukan wawancara kepada pemegang akun instagram @minigoldpekanbaru.id dan admin akun instagram tersebut.

b. Observasi

Teknik observasi dilakukan guna peneliti dapat mengamati secara langsung pada lokasi penelitian dan mendapat data lengkap sesuai dengan keadaan lapangan. Observasi merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan melakukan pengamatan terkait fenomena sosial yang menjadi objek pengamatan untuk selanjutnya dilakukan pencatatan.

c. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka dilakukan oleh peneliti sebagai usaha dalam mencari informasi yang relevan terkait dengan penelitian yang akan atau sedang diteliti. Tinjauan pustaka dimaksudkan untuk memperoleh sumber informasi yang relevan yang berkaitan dengan penelitian yang sumbernya bukan hanya dari buku melainkan juga dapat dari jurnal ataupun skripsi dan penelitian terdahulu.

3.5. Validitas Data

Untuk melakukan uji keabsahan atau validitas data dapat dilakukan melalui beberapa teknik pemeriksaan, diantaranya adalah (Ghony & Almanshur, 2012):

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Untuk menguji kebenaran bahwa disini konten media sosial instagram memiliki pengaruh yang besar dalam *insight* pada akun instagram @minigoldpekanbaru.id, dapat dilakukan dengan memperpanjang waktu penelitian, hal ini tentunya telah diterapkan oleh peneliti dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang panjang yaitu antara bulan Februari hingga April 2024.

b. Ketekunan dalam Melakukan Penelitian

Konsistensi dalam melakukan penelitian menjadi hal penting karena bisa jada terdapat data yang terlewat jika penelitian dilakukan secara

asal-asalan. Misalkan saja peneliti tidak melakukan penelitian secara rutin maka rantai pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain tidak akan terlihat signifikan yang menjadikan penelitian tersebut kurang valid.

c. Triangulasi

Merupakan teknik pengecekan validitas data dengan menggabungkan beberapa data yang didapatkan dari berbagai metode pengumpulan data yang berbeda. Jika ditemui persamaan data maka dapat disimpulkan bahwa data yang dihasilkan adalah valid dimana kredibilitas data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses memahami dan mendalami data-data yang telah didapatkan secara terstruktur baik data yang diperoleh dapat berupa dari hasil wawancara, observasi, ataupun tinjauan pustaka yang tujuan akhirnya adalah menarik sebuah kesimpulan setelah mengorganisasikan dan menjabarkan terlebih dahulu data yang telah didapatkan. Tahap ini menjadi pokok karena disinilah pemahaman peneliti diuji ketika diharuskan menafsirkan data-data yang telah didapatkan. Model analisa yang dipakai pada penelitian ini merupakan analisa data interaktif, yang mana dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sekumpulan data penelitian dari kegiatan wawancara dan observasi. Data yang terkumpul kemudian melalui tahap pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Tahap reduksi data akan terus dilakukan sepanjang pengamatan. Reduksi data akan menghasilkan data yang jelas dan memberikan kemudahan kepada peneliti dalam penelitian selanjutnya.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sajian Data

Sajian data terdiri dari sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis yang nantinya berguna dalam menarik simpulan terhadap suatu objek yang telah diteliti. Sajian data dalam penelitian dapat berupa uraian kalimat yang dapat diterima oleh nalar manusia sehingga pembaca akan lebih mudah memahami. Selain dalam bentuk narasi kalimat, sajian dapat berupa gambar, tabel, maupun grafik. Data-data yang telah didapatkan akan tersusun secara rapi sehingga tidak sulit dipahami yang nantinya berguna pada saat penarikan simpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah dilakukannya penarikan simpulan. Kesimpulan yang dibuat pada awal penelitian sifatnya masih sementara dan memiliki kemungkinan berubah yang sangat besar apabila bukti-bukti di lapangan yang didukung dengan data berhasil dianalisa dengan sempurna. Nantinya simpulan tersebut akan diverifikasi sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Supaya simpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan maka sebelum menarik simpulan perlu diadakan *review* dengan tujuan untuk memantapkan dan meyakini kesesuaian antara data yang diperoleh dengan hasil yang didapat. Berikut adalah langkah-langkah dalam penarikan kesimpulan:

- 1) Menarik kesimpulan sementara atas permasalahan penelitian yang telah diperoleh dan dikaji;
- 2) Menghubungkan data penelitian dengan teori yang akurat;
- 3) Menarik kesimpulan setelah kesimpulan sementara dan data serta teori sudah akurat.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Sejarah Instagram

Instagram pada awalnya diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Dalam situs resminya, Instagram mendefinisikan dirinya sebagai sebuah aplikasi berbagi foto dan video gratis bagi pengguna telepon seluler pintar. Pengguna Instagram dapat membagikan foto atau video yang mereka unggah kepada teman dan pengikut mereka. Selain itu, pengguna juga dapat saling berinteraksi dengan melihat, menyukai, dan mengomentari postingan yang dibagikan. Instagram sebagai sebuah media sosial dibangun berdasarkan teknologi Web 2.0 yang membuat penggunanya dapat menyediakan dan berbagi konten .

Sebelum menciptakan Instagram, Systrom awalnya menciptakan suatu aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan catatan yang dinamakan Burbn. Kebetulan, Krieger adalah pengguna setia Burbn. Pada akhirnya, Systrom dan Krieger mengubah Burbn menjadi aplikasi yang hanya dapat membagikan foto. Nama Burbn pun berubah menjadi Instagram. Pengguna Instagram kemudian dapat mengunggah dan membagikan foto dan juga video dengan menggunakan hashtag (#) agar pengguna lain dapat menemukan hasil postingan mereka. Sebenarnya, ini adalah ide awal penciptaan Instagram. Instagram pun kini menjadi salah satu media sosial yang digunakan lebih dari 1 miliar orang di dunia .

Hal yang menarik dari Instagram sehingga membuat orang-orang memiliki motivasi untuk menggunakannya karena mereka ingin tahu kegiatan orang lain. Selain itu, orang-orang menggunakan aplikasi ini untuk mendokumentasikan kehidupan mereka. Ada pula yang menggunakan untuk tampak keren. Yang terakhir, orang menggunakan Instagram karena mereka tertarik dengan pengguna lain yang memiliki kreativitas tinggi. Adapun kajian yang menyebutkan bahwa orang suka menggunakan Instagram karena sebagai aplikasi media sosial yang berbasis gambar, Instagram

memiliki potensi untuk mengusir rasa kesepian penggunanya. Studi ini menyebutkan bahwa teknologi yang berbasis gambar dapat meningkatkan rasa keintiman bagi penggunanya. Namun, sekarang ini, ada motivasi lain yang membuat orang menggunakan Instagram dan menggunakannya sebagai medium untuk berbelanja dari toko-toko kesayangan mereka.

Instagram menyebutkan bahwa saat ini ada lebih dari 90 juta pengguna di dunia yang menggunakan aplikasi ini sebagai sarana untuk belanja online. Oleh karena itu, Instagram pun bertransformasi menjadi sebuah aplikasi yang memungkinkan terjadinya *social shopping*, sebuah konsep di mana yang menyebutkan bahwa pengguna media sosial mendapatkan pengaruh untuk membeli barang karena ada saran dari teman, keluarga atau selebritis yang mereka ikuti.

Instagram menawarkan berbagai macam kelebihan dan fitur yang berbeda, untuk meningkatnya daya beli konsumen tentu saja kita bisa menggunakan fitur instagram seperti *feed*, *real* dan *insta story*. Media sosial Instagram saat ini memiliki beberapa peran yang sangat penting salah satunya adalah peran dalam penjualan. Dalam menjual suatu produk tentu saja harus memiliki media promosi yang efektif, salah satu layanannya dengan menghadirkan Instagram *Analytics* yang berfungsi sebagai *insight* bagi pengguna media sosial Instagram kelas bisnis.

4.2. Gambaran Umum

Instagram @minigoldpekanbaru.id dengan nama Aish Gold merupakan bisnis *online* yang dimiliki oleh Miza Wahyuni dan memiliki admin Instagram bernama Najmi dan Admin Whatsapp yang bernama Alan yang mulai beroperasi dari bulan Januari 2020 hingga sekarang. Saat ini pada bulan April 2024 instagram @minigoldpekanbaru.id memiliki pengikut sebanyak 12.4RB, dengan postingan sebanyak 633 postingan. Bisnis ini juga memiliki *reseller* sebanyak 251 *reseller* yang tersebar diseluruh daerah Riau. Pemilik Instagram @minigoldpekanbaru.id sendiri merupakan distributor resmi minigold yang bergabung pada Bulan Januari 2020 dengan id 13021069.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minigold merupakan perusahaan berizin resmi dan terdaftar PT SDGM (Sinergi Digital Global Mulia) adalah perusahaan yang bergerak dalam produksi Minigold dan penjualan emas, berlian perhiasan. Minigold merupakan produk emas fisik yang memiliki aneka ukuran, mulai dari 0.05 gram, 0.1 gram, 0.25 gram, dan 0.5 gram. Selain memproduksi Minigold dengan aneka ukuran, PT SDGM yang merupakan pemegang *merk* juga menjual berbagai produk logam mulia di antara produk Logam Mulia Antam dan juga aneka produk Dinar.

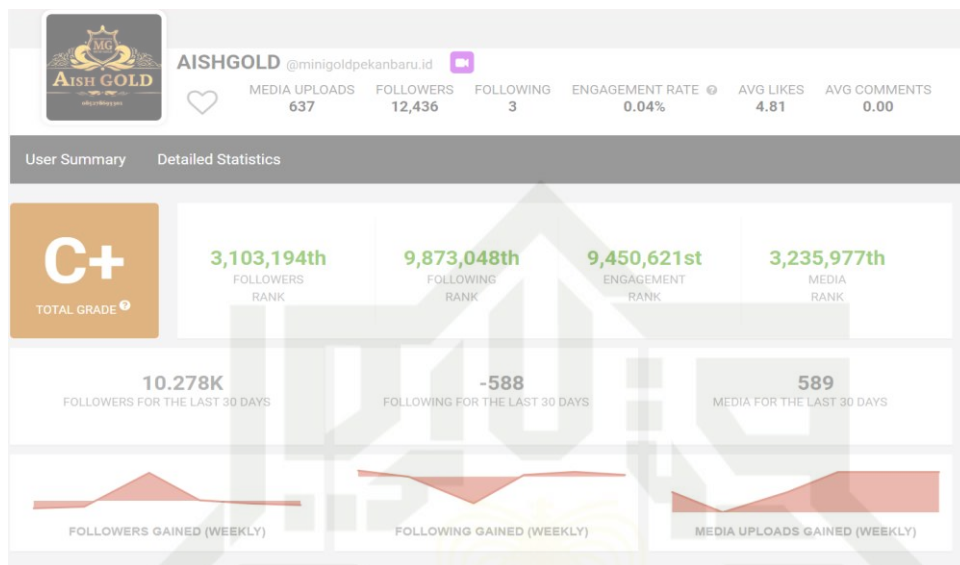
Minigold merupakan produk emas fisik yang memiliki aneka ukuran, mulai dari 0.05 gram, 0.1 gram, 0.25 gram, dan 0.5 gram, membuat pilihan bagi masyarakat untuk memiliki emas sesuai dengan *budget*. Minigold menilai tidak semua orang mampu membeli emas logam mulia besar, padahal antusiasme masyarakat di daerah sangat luar biasa. Untuk itu Minigold hadir sebagai pilihan semua kalangan untuk memiliki Logam Mulia.

Banyak profesi dan juga beraneka ragam pendapatan masyarakat, membuat tidak semua orang mampu langsung membeli ukuran Logam Mulia ukuran besar. Dengan pilihan ukuran tersebut tentu masyarakat bisa mengatur keuangan dengan bisa tetap menabung atau memiliki simpanan untuk masa depan. Masyarakat memiliki pilihan investasi pasti sesuai dengan budget dan keperluan lainnya.

Begitu juga dengan jaringan distributor resmi dan juga dealer ataupun reseller yang tersebar di seluruh Indonesia menjual produk logam mulia sesuai dengan induk perusahaan dalam hal ini adalah PT SDGM selaku pemegang merk Minigold.

Selanjutnya peneliti juga menyajikan gambaran awal *insight* Instagram @Minigoldpekanbaru.id yang di lihat melalui *website socialblade.com* yang mana *website* ini merupakan situs web statistik yang memungkinkan kita melacak statistik dan mengukur pertumbuhan di berbagai platform media sosial termasuk Instagram, YouTube, Twitch, Twitter, Tiktok, dll.

Gambar 4. 1 Gambaran Awal Instagram @Minigoldpekanbaru.id



Sumber Website socialblade.com

Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa *insight* Instagram @Minigoldpekanbaru.id secara keseluruhan dari Instagram @Minigoldpekanbaru.id pertama kali di buat hingga sekarang dengan total nilai C+ yang mana merupakan representatif visual dari database *socialblade.com*, dengan *ranking* 3.103.194 *followers*, 9.873.048 *following*, 9.450.621 *insight* dan 3.235.977 media.

Gambar 4. 2 Gambaran Awal Perolehan Followers, Following Dan Media @Minigoldpekanbaru.id (Perminggu)



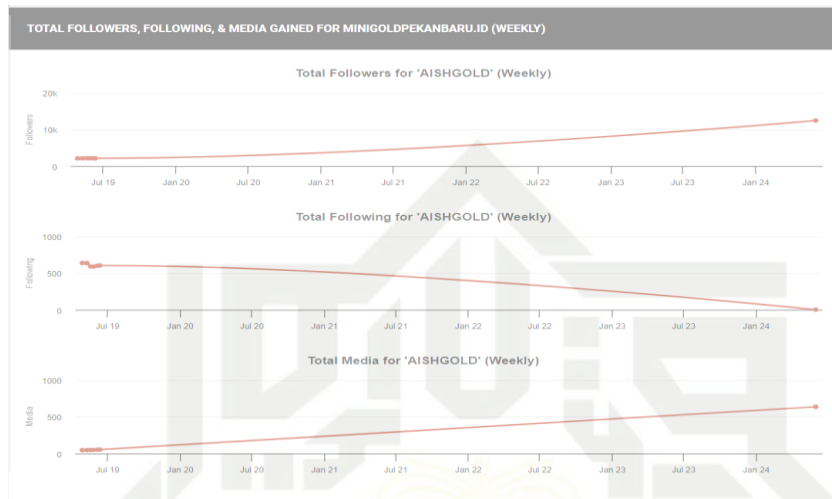
Sumber Website socialblade.com

- 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 UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

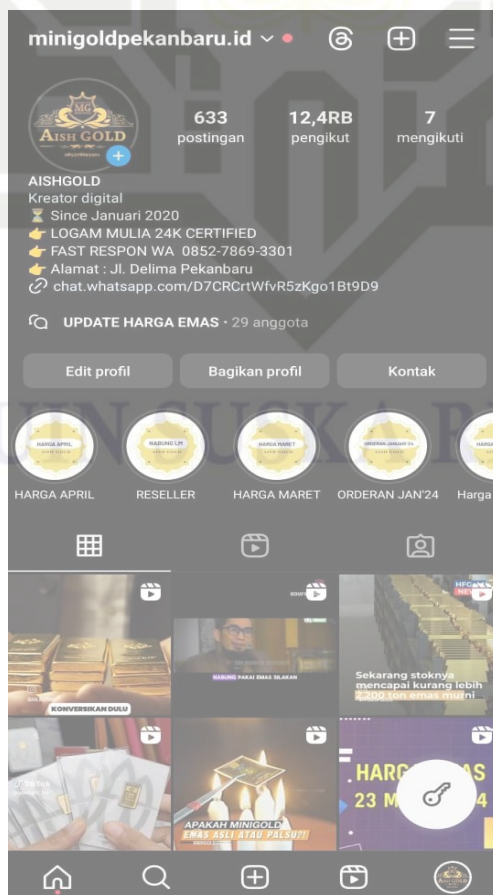
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Gambar 4. 3 Gambaran Awal Total Followers, Following Dan Media @Minigoldpekanbaru.id



Sumber Website socialblade.com

Gambar 4. 4 Profil Instagram @minigoldpekanbaru.id



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar di atas merupakan gambaran profil Instagram @Minigoldpekanbaru.id konten yang di upload biasanya berupa *story*, *feeds* dan ada juga *reels* yang mana konten *story* di *upload* setiap hari berupa *update* harga emas terbaru, konten *feeds* instagram ada di *upload* tetapi tidak begitu rutin, peneliti memperhatikan juga, konten yang di *upload* tidak hanya berupa foto akan tetapi ada juga vidio yaitu benentuk *reels*. Dari profil di atas kita juga dapat melihat adanya *highlights* atau sorotan yang mana itu merupakan salah satu fitur dari Instagram yang digunakan untuk menyimpan *story* instagram lebih dari 24 jam. Instagram @Minigoldpekanbaru.id menggunakan *highlights* atau sorotan untuk mengklasifikasikan *story* Instagram per kelompok sesuai dengan preferensi masing-masing.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

Data yang diperoleh adalah data dari hasil penelitian peneliti yang dilakukan pada bulan Februari-April 2024 . Data yang didapat adalah dari data hasil observasi dan juga wawancara yang dilakukan kepada Miza Wahyuni selaku pemilik dari akun instagram @minigoldpekanbaru.id, Najmi selaku admin dari instagram @minigoldpekanbaru.id. dan Alan selaku admin whatsapp @minigoldpekanbaru.id. Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan ketiga narasumber, peneliti dapat menganalisis tentang pemanfaatan instagram @minigoldpekanbaru.id sebagai media untuk Meningkatkan *Insight* Instagram @minigoldpekanbaru.id.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan membahas mengenai pengelolaan instagram @minigoldpekanbaru.id sebagai media untuk Meningkatkan *Insight* Instagram @minigoldpekanbaru.id. Dari hasil penelitian ini penulis mengamati bahwa dapat dilihat konten media sosial instagram merupakan salah satu media yang menjadi alat untuk meningkatkan *insight* bagi *Aish Gold* dalam menyebarkan Informasi Terbaru.

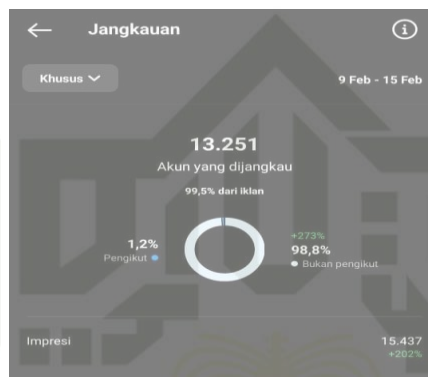
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif sesuai dengan yang sudah dijabarkan pada bab 3, yakni melakukan reduksi data, sajian data, dan menarik kesimpulan. Data yang dikumpulkan peneliti berupa perkataan, gambar dan bukan berupa angka – angka agar dapat dijelaskan dengan kalimat Bahasa Indonesia sehingga data tersebut dapat dipahami maksud dan maknanya. Penelitian yang sudah peneliti lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa pengelolaan Instagram @minigoldpekanbaru.id dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *followers* terutama pada informasi terbaru.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti memperhatikan *insight* instagram @minigoldpekanbaru.id , berikut bisa dilihat *insight* instagram @minigoldpekanbaru.id pada tanggal 9-15 Februari 2024 :

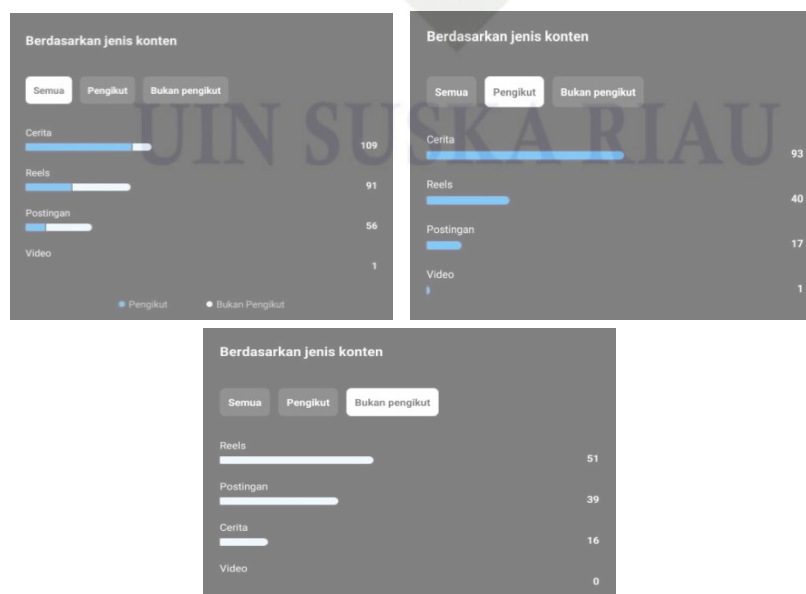
Gambar 5. 1 Akun yang dijangkau keseluruhan



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan akun yang dijangkau secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 13.251 dengan persentase 1.2% dari pengikut dan 98,8% dari bukan pengikut. Dapat dilihat juga impresi atau frekuensi postingan cerita, reels, vidio yang ditampilkan dilayar meningkat sebanyak 202% dengan angka 15.437 penonton dibandingkan dengan minggu sebelumnya.

Gambar 5. 2 Akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten



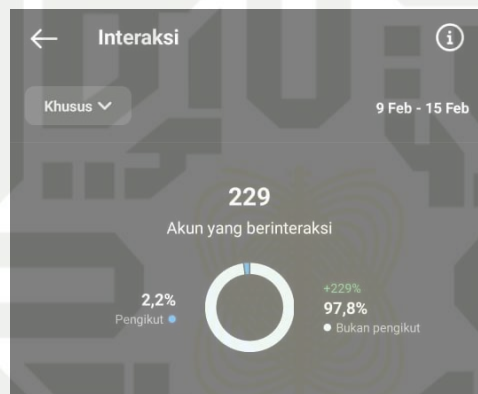
Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar diatas menunjukkan akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah secara keseluruhan penonton lebih banyak melihat konten cerita dibandingkan dengan konten *reels*, konten postingan dan vidio, selanjutnya jika berdasarkan pengikut, konten cerita tetap paling banyak dilihat, sedangkan jika berdasarkan bukan pengikut, *reels* yang lebih banyak dilihat.

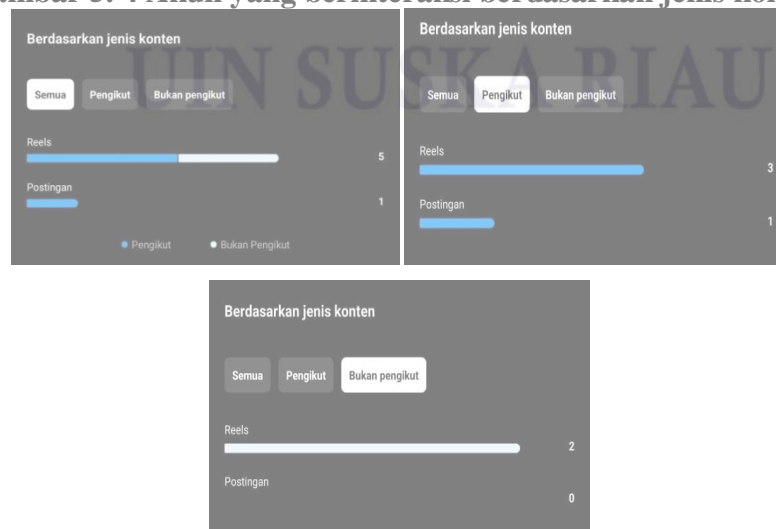
Gambar 5. 3 Akun yang berinteraksi secara keseluruhan



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan akun yang berinteraksi secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 229 dengan persentase 2.2% dari pengikut dan 97,8% dari bukan pengikut.

Gambar 5. 4 Akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten



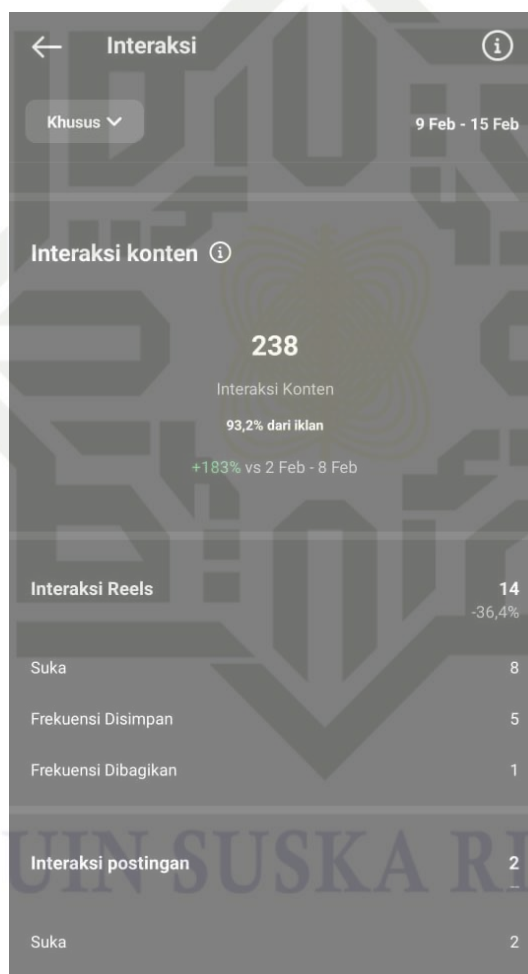
Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar diatas menunjukkan akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah secara keseluruhan penonton lebih banyak melihat *reels* dibandingkan postingan, selanjutnya jika berdasarkan pengikut, konten *reels* tetap paling banyak dilihat dan jika berdasarkan bukan pengikut konten *reels* tetap lebih diminati.

Gambar 5.5 Interaksi konten



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan interaksi konten secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 238 interaksi konten, meningkat 183% dibandingkan satu minggu sebelumnya. Dapat dilihat juga interaksi *reels* sebanyak 14, berkurang 36,4% dibandingkan minggu sebelumnya, sedangkan interaksi postingan sebanyak 2 interaksi.

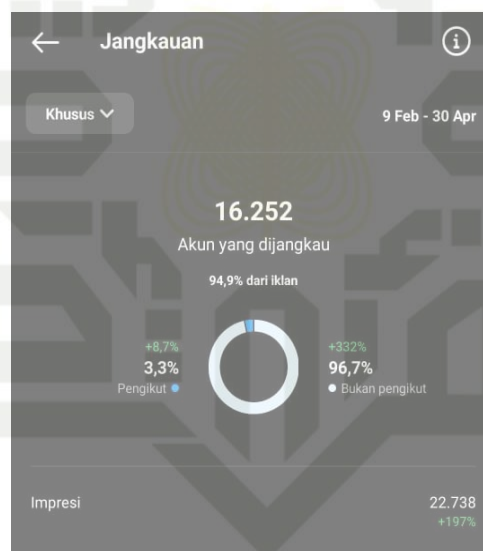
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data diatas, pemilik bisa melihat konten media sosial instagram yang lebih diminati oleh penonton, dari sana pemilik bisa merencanakan konten apa yang lebih bagus untuk diupload yang bisa menarik lebih banyak penonton sehingga bisnis bisa semakin berkembang.

Kemudian peneliti juga melihat *insight* instagram @minigoldpekanbaru.id dalam jangka waktu panjang kurang lebih selama 3 bulan yaitu pada bulan Februari-April 2024. Berikut *insight* instagram @minigoldpekanbaru.id selama kurun waktu tersebut:

Gambar 5. 6 Akun yang dijangkau keseluruhan



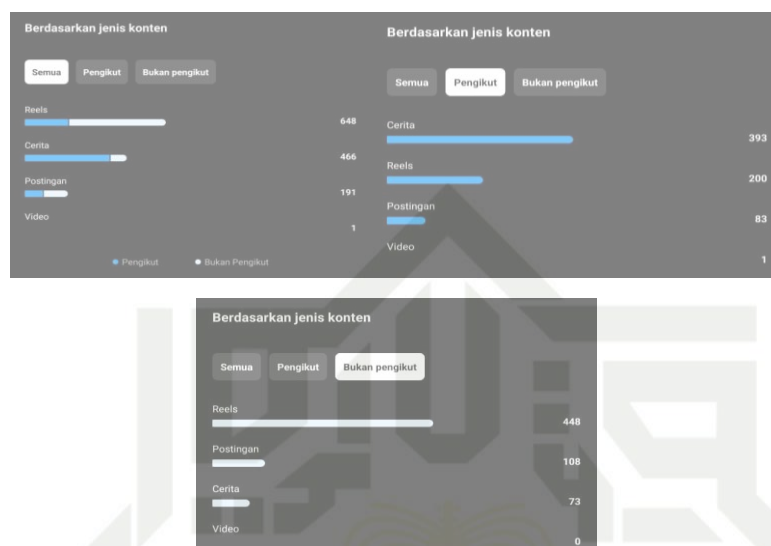
Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan akun yang dijangkau secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 16.252 dengan persentase 3,3% dari pengikut dan 96,7% dari bukan pengikut. Dapat dilihat juga impresi atau frekuensi postingan cerita, *reels*, vidio yang ditampilkan dilayar meningkat sebanyak 197% dengan angka 22.738 penonton.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 5. 7 Akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan akun yang dijangkau berdasarkan jenis konten oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah secara keseluruhan penonton lebih banyak melihat konten *reels* dibandingkan dengan konten cerita, konten postingan dan vidio, selanjutnya jika berdasarkan pengikut, konten cerita yang paling banyak dilihat, sedangkan jika berdasarkan bukan pengikut, *reels* yang lebih banyak dilihat.

Gambar 5. 8 Akun yang berinteraksi secara keseluruhan



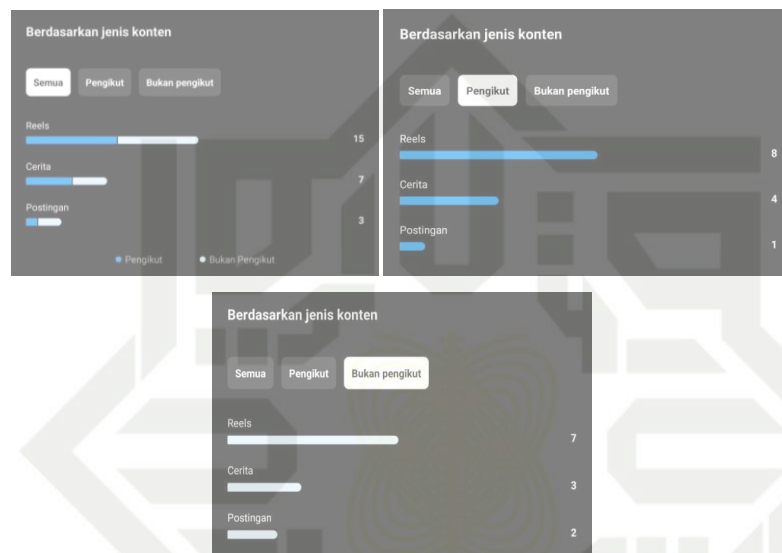
Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar diatas menunjukkan akun yang berinteraksi secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 253 dengan persentase 4,7% dari pengikut dan 95,3% dari bukan pengikut.

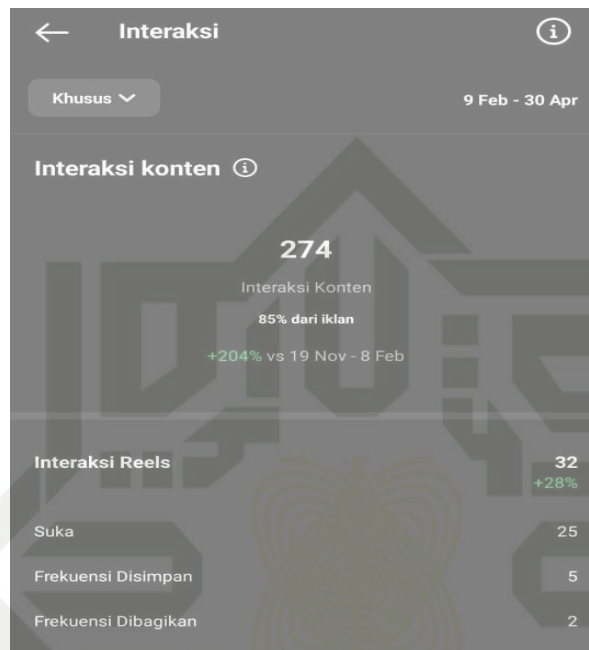
Gambar 5. 9 Akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan akun yang berinteraksi berdasarkan jenis konten oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah secara keseluruhan penonton lebih banyak melihat *reels* dibandingkan cerita dan postingan, selanjutnya jika berdasarkan pengikut, konten *reels* tetap paling banyak dilihat dan jika berdasarkan bukan pengikut konten *reels* tetap lebih diminati.

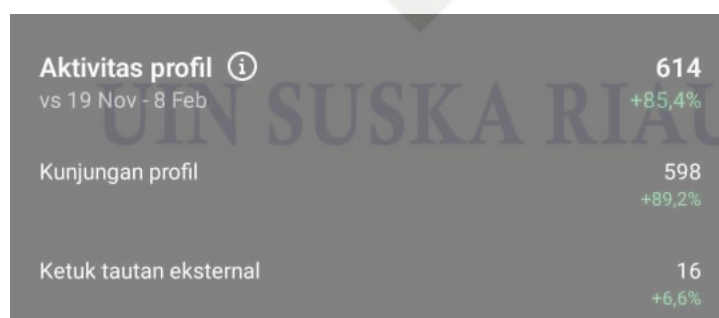
Gambar 5. 10 Interaksi konten



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan interaksi konten secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 274 interaksi konten, meningkat 204% dibandingkan 3 bulan sebelumnya. Dapat dilihat juga interaksi *reels* sebanyak 32, bertambah 28% dibandingkan 3 bulan sebelumnya.

Gambar 5. 11 Aktifitas Profil



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan aktifitas profil selama 3 bulan yaitu tanggal 9 Februari-30 April 2024 oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah 614, meningkat sebanyak 85,4% dibandingkan dengan 3 bulan sebelumnya yaitu tanggal 19 November 2023-8 Februari 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

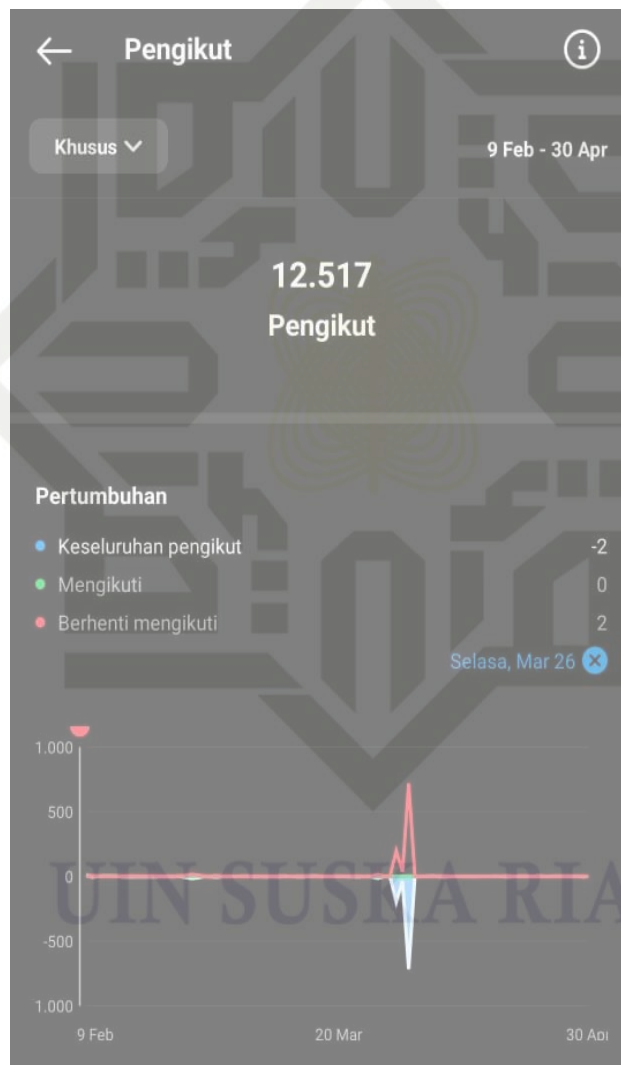
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya kita juga dapat melihat pertumbuhan keseluruhan pengikut (baik yang baru mengikuti ataupun yang berhenti mengikuti), lokasi populer (kota dan negara), rentang usia (laki-laki dan perempuan), jenis kelamin (laki-laki dan perempuan), waktu paling aktif (jam dan hari).

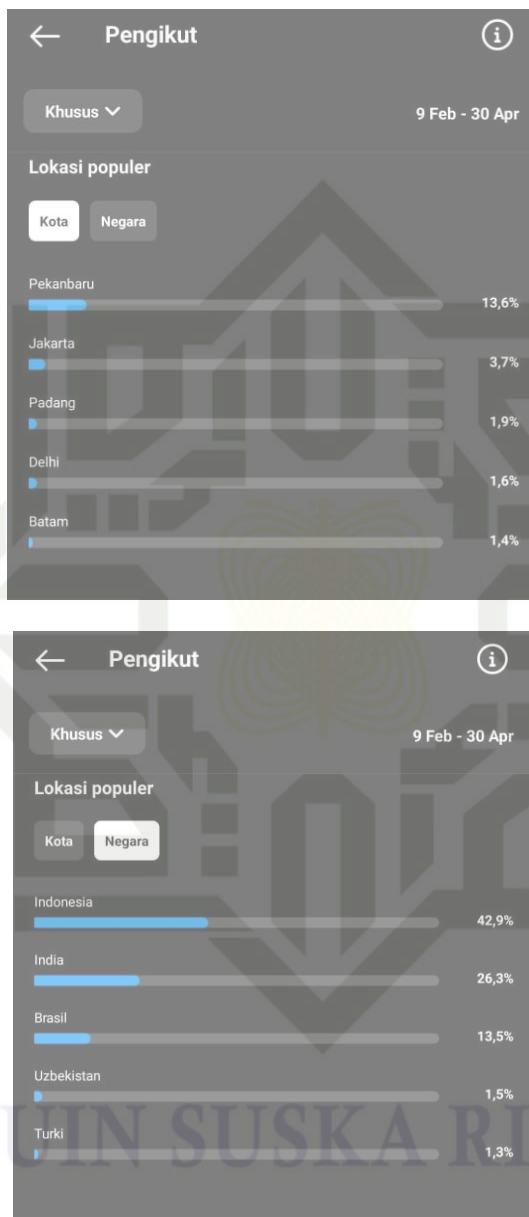
Gambar 5. 12 Pertumbuhan Keseluruhan Pengikut



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan pertumbuhan pengikut secara keseluruhan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id adalah tidak ada pengikut baru sedangkan ada 2 pengikut yang berhenti mengikuti selama 3 bulan.

Gambar 5. 13 Lokasi Populer



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan lokasi populer terdiri dari kota dan negara oleh instagram @minigoldpekanbaru.id yang mana Kota Pekanbaru merupakan kota paling populer dengan persentase 13,6% dapat kita artikan pengikut dalam 3 bulan ini banyak berasal dari Kota Pekanbaru. Sedangkan Negara Indonesia dengan persentase 42,9% merupakan negara asal pengikut yang paling banyak, dapat kita lihat juga persentase negara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

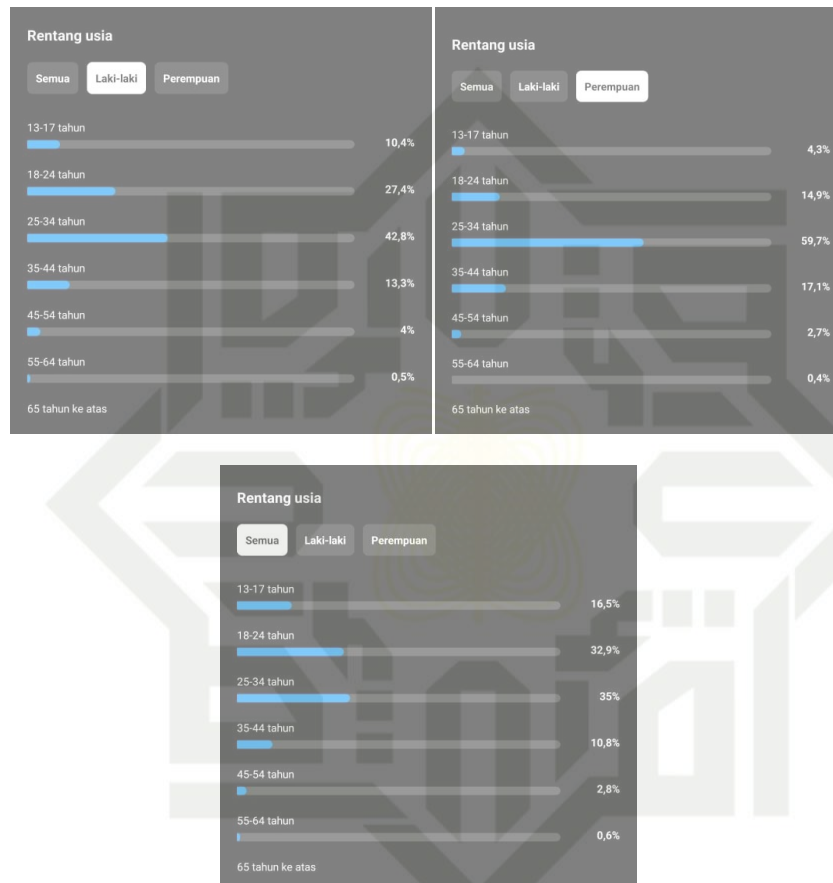
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

India cukup tinggi yaitu sebanyak 26,3% menjadi peringkat kedua pengikut instagram @minigoldpekanbaru.id berasal.

Gambar 5. 14 Rentang Usia

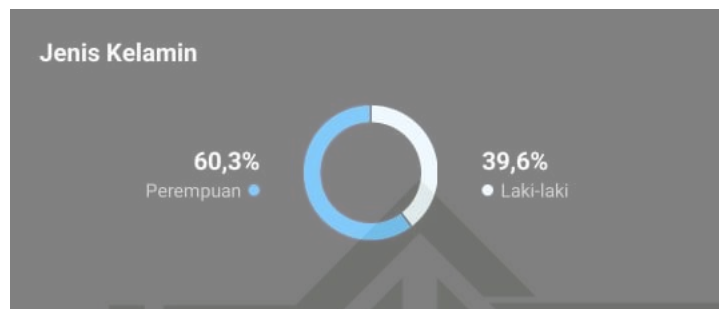


Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan rentang usia berdasarkan jenis kelamin oleh instagram @minigoldpekanbaru.id yang mana rentang usia laki-laki yang paling banyak mengikuti berkisar umur 25-34 tahun dengan persentase 42,8%. Sedangkan rentang usia perempuan yang paling banyak mengikuti berkisar umur 25-34 tahun dengan persentase 59,7% dan secara keseluruhan rentang usia yang paling banyak mengikuti berkisar umur 35-34 tahun dengan persentase 35%.

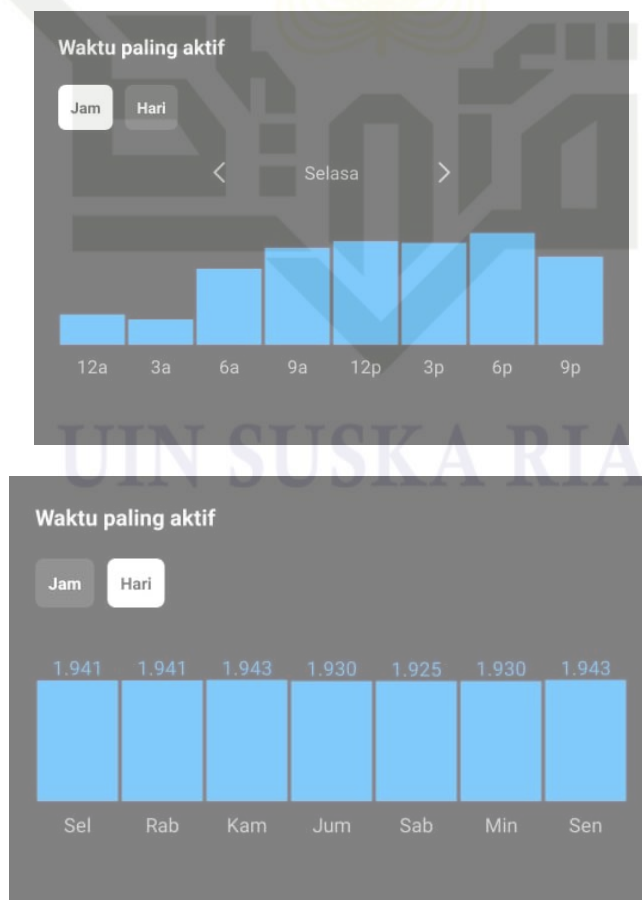
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 5. 15 Jenis Kelamin

Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan jenis kelamin pengikut instagram @minigoldpekanbaru.id yang mana jenis kelamin perempuan dengan persentase 60,3% lebih banyak mengikuti dibandingkan jenis kelamin laki-laki dengan persentase 39,6%.

Gambar 5. 16 Waktu Paling Aktif

Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar diatas menunjukkan waktu paling aktif pengikut instagram @minigoldpekanbaru.id berdasarkan jam dan hari. Jika kita lihat berdasarkan jam, waktu paling aktif ada pada hari selasa yaitu pada pukul 18.00 WIB dan jika kita lihat waktu paling aktif berdasarkan hari rata-rata dalam 7 hari relatif sama.

Jika dilihat dari data diatas, konten media sosial instagram sangat mempengaruhi meningkatnya *insight* instagram, dikarenakan jika tidak ada konten media sosial maka *insight* instagram tidak meningkat atau berkurang. Jika *insight* berkurang maka pemilik tidak bisa melihat konten seperti apa yang paling diminati oleh pengikut maupun bukan pengikut.

5.2. Pembahasan

Cepatnya pertumbuhan media berdasarkan teknologi dalam beberapa tahun terakhir ini membawa pengaruh ke segala hal, diawali dari yang paling kecil yaitu pertukaran pikiran dan pertukaran pesan, sampai yang paling besar yaitu pengaruh pada aspek kesehatan, perekonomian, pendidikan dan lain sebagainya. Media sosial merupakan suatu media *online* yang bagaimana penggunaannya dapat dengan mudah mengakses, mengikuti, menyebarkan, serta membuat isi yang diantaranya seperti blog, *social network*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Instagram merupakan suatu aplikasi saling berbagi foto dan video yang memudahkan penggunaannya mendapatkan foto, mendapatkan video, memakai filter digital dan juga setelah itu mempublikasikan kepada sesama pengguna instagram dan layanan media sosial lainnya. Instagram adalah salah satu media sosial yang saat ini sedang digemari oleh pengguna media sosial saat ini, baik dari berbagai kalangan usia dan berbagai macam kepentingannya. Selain penggunaan biasa ada juga yang menggunakannya sebagai wadah untuk mengekspresikan diri atau sebagai media memulai sebuah bisnis.

Dalam hal ini, penelitian yang berjudul Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Oleh Akun @minigoldpekanbaru.id Dalam Meningkatkan *Insight* Instagram. Setelah dilakukan penyajian dan pengelolaan data yang

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperoleh dari hasil wawancara, maka data yang dianalisis oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Wawancara yang peneliti lakukan dikaitkan dengan kerangka pemikiran berasal dari Teori Kesempurnaan Media Teori Kesempurnaan Media atau yang populer dengan *Media Richness Theory* yang dicetuskan oleh Richard L. Daft dan Daft H. Lengel. Disebutkan bahwa Daft dan Langel menyatakan 4 kriteria untuk menilai “kekayaan” sebuah media, yaitu: kesegeraan (*immediacy*), keragaman isyarat (*multiple cues*), variasi bahasa (*language variety*), sumber personal (*personal source*).

Penelitian ini memaparkan tentang bagaimana pemanfaatan konten media sosial instagram oleh akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan *insight* instagram. Dalam penelitian ini, dilihat bagaimana kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, sumber personal yang dilakukan oleh instagram @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan *insight* instagram.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti di instagram @minigoldpekanbaru.id, adapun tahapan pemanfaatan konten media sosial instagram oleh akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan *insight* yaitu:

5.2.1 Kesegeraan (*Immediacy*)

Kesegeraan atau *immediacy* disebut sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan mendapatkan respon secara cepat. Hal ini sangat berpengaruh dalam proses komunikasi karena apabila terdapat penundaan menyampaikan pesan maka akibatnya pesan tersebut bisa sudah tidak relevan lagi (Maharani & Djuwita, 2020). Dari hasil pemaparan owner memang tidak memiliki waktu waktu tertentu dalam mengunggah setiap kontennya, tidak pasti tertuju pada satu waktu misalnya jam 4 sore. Tetapi instagram @minigoldpekanbaru.id memilih untuk segera menyebarkan konten berisi informasi penting dengan syarat informasi tersebut memang sudah layak untuk disebarluaskan

sehingga informasi tersebut tidak kehilangan momen dan basi, contohnya *owner* memuat informasi yang *up to date* mengenai harga emas pada hari itu berdasarkan beberapa faktor seperti kondisi global yang tidak stabil, dinamika penawaran atau permintaan emas, kebijakan moneter, inflasi serta nilai tukar mata uang pada hari itu. Selanjutnya konsumen menerima pesan secara langsung, pesan diterima dengan baik, alur komunikasi sudah terjadi dengan baik karena apa yang dibagikan dapat diterima oleh konsumen.

Menurut peneliti, sebuah bisnis memang sebaiknya selalu aktif mengunggah konten-konten mengenai bisnis dan menarik bagi konsumen. Berdasarkan observasi peneliti, Instagram @minigoldpekanbaru.id sudah mengunggah konten penting setiap harinya seperti menyebarkan informasi harga emas terbaru yang mana ini merupakan hal yang penting untuk diinfokan kepada konsumen demi kelancaran bisnis. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah adanya perencanaan untuk mengoptimalkan kesegeraan dalam menyebarkan informasi yang penting mengenai bisnis yang dijalankan. Perencanaan adalah proses yang berkaitan dengan upaya untuk mengantisipasi kecenderungan pada masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan. Diantara kecenderungan dunia bisnis sekarang misalnya, merencanakan bisnis yang ramah lingkungan, merancang bisnis yang mampu bersaing dalam persaingan global, dan sebagainya.

Perencanaan memiliki peran yang penting dalam membuat sebuah konten untuk masa yang akan datang dan juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan kesegeraan. Pemilik instagram @minigoldpekanbaru.id merencanakan konten media sosial bukan dalam jangka panjang melainkan merencanakan konten dalam jangka pendek seperti memberikan target perminggu yaitu meng-*upload* konten minimal 5 konten, baik dalam bentuk video maupun foto. Pemilik juga mempunyai perencanaan harian yaitu, selalu meng-*upload update* harga emas yang terbaru pada hari itu.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah perencanaan selesai direncanakan, pemilik biasanya mengevaluasi apakah konten yang direncanakan terlaksana dengan baik dan apabila ada kendala pemilik pada minggu berikutnya akan lebih meningkatkan lagi meng-*upload* konten agar interaksi dengan *followers* tidak signifikan berkurang. Dari hasil wawancara dengan *owner* upaya lain dalam menyebarkan informasi atau konten kepada konsumen agar jangkauannya lebih luas dengan memasang iklan langsung dari aplikasi instagram bertujuan agar konten yang di *upload* bisa menjangkau konsumen secara lebih luas, sehingga informasi yang diberikan dapat segera tersebar kepada konsumen.

Fokus berikutnya, pemilik menuturkan bahwa target penonton instagram @minigoldpekanbaru.id , yaitu orang yang memiliki rentang umur 17-35 tahun dan memiliki keingintahuan untuk mengetahui informasi mengenai emas, baik untuk berinvestasi ataupun menabung untuk masa yang akan datang. Tujuan dan harapan adanya perencanaan pada instagram @minigoldpekanbaru.id yaitu untuk menggaet lebih banyak orang agar mengetahui pentingnya menabung emas untuk masa yang akan datang melalui adanya konten media sosial instagram.

5.2.2 Keragaman Isyarat (*Multiple Cues*)

Keragaman isyarat diartikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan verbal dan non-verbal seperti ekspresi dan gerakan (Maharani & Djuwita, 2020). Instagram @minigoldpekanbaru.id mengisi konten-konten pada Instagram nya dengan pendekatan verbal dan non-verbal. Pemilik bertanggungjawab untuk mengarahkan admin dalam memilih dan membuat konten yang akan di upload di akun instagram @minigoldpekanbaru.id. Biasanya admin memilih konten dari akun utama minigold yang mana dikarenakan Aish Gold merupakan distributor daerah pekanbaru, sehingga konten resmi masih disediakan oleh akun instagram pusat, adakalanya admin membuat konten sendiri tanpa mengambil dari akun pusat minigold. Konten yang sering diupload biasanya selalu seputar

mengenai pentingnya menabung atau berinvestasi sehingga konsumen terpengaruh untuk membeli emas melalui akun instagram @minigoldpekanbaru.id .

Akun instagram @minigoldpekanbaru.id setiap harinya juga mengupload konten reels dan vidio, ada beberapa reels yang ditampilkan pada media sosial Instagram @Minigoldpekanbaru.id dimana jika dilihat dari konten dikemas dengan cara yang lebih ringan dan gaya khas. Selain itu peneliti juga melihat konten reels tersebut dibawakan dengan bahasa yang informal bergesur santai walaupun terkadang ada yang formal. Berdasarkan pernyataan dari admin yang menyatakan bahwa konten tersebut dikemas dengan cara yang menarik dan tidak terlalu kaku. Didukung dari pernyataan admin bahwa Instagram @Minigoldpekanbaru.id berhasil mencakup segmentasi muda dan tua dengan konten-konten yang diberikan. Maka, peneliti beranggapan bahwa Instagram @Minigoldpekanbaru.id sudah memuat informasi, dengan pendekatan verbal lebih menonjol dikarenakan konten *reels* yang di *upload* lebih banyak menunjukkan komunikasi verbal dibandingkan komunikasi non-verbal.

5.2.3 Variasi Bahasa (*Language Variety*)

Salah satu indikator dalam menilai tingkat kekayaan sebuah media dilihat dari variasi bahasa. Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol. Selain itu variasi bahasa juga bisa dikatakan sebagai kemampuan penggunaan berbagai macam kata untuk meningkatkan pemahaman (Maharani & Djuwita, 2020). Variasi bahasa yang di dimanfaatkan akun Instagram @Minigoldpekanbaru.id adalah penggunaan *caption* dan *hashtag* atau tagar (tanda pagar). *Caption* digunakan untuk memudahkan konsumen memahami isi dari konten tersebut. Demi meningkatkan kualitas dan daya tarik konten, admin membuat *caption* yang informatif sesuai dengan vidio atau foto yang di *upload* seperti menjelaskan kembali secara singkat isi atau pesan dari konten tersebut.

Selanjutnya hastag digunakan untuk mengelompokkan konten informasi sesuai dengan topiknya. Hal ini bertujuan agar konten sesuai dengan kategori informasi yang ingin disampaikan kepada konsumen. Instagram sendiri menyediakan fitur *hashtag* yang berupa satu kata dengan diawali simbol pagar (#) agar memudahkan pengguna untuk menfilterisasi video maupun foto sesuai dengan topiknya. Adapun *hashtag* yang sering digunakan akun Instagram @Minigoldpekanbaru.id adalah seperti #minigoldpekanbaru, #semuabisapunyaemas dan #melekemas. Adanya *hashtag* dapat memudahkan para konsumen dalam menggali dan menemukan informasi emas. Dengan begitu, para konsumen bisa membaca dan mempelajari informasi terbaru dengan berbagai variasi bahasa yang sesuai dengan peruntukannya.

Admin memaparkan bahwa Instagram @Minigoldpekanbaru.id menyiapkan konten yang dapat dinikmati meskipun tidak dapat bertemu secara langsung, sehingga Instagram @Minigoldpekanbaru.id memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah untuk menjembatani konsumen dengan owner melalui konten yang dapat diakses melalui Instagram @Minigoldpekanbaru.id.

5.2.4 Sumber Personal (*Personal Source*)

Sumber personal merupakan cara untuk mengekspresikan perasaan dan emosi dari komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Proses pengiriman pesan kepada komunikan lebih bermakna jika menggunakan sumber personal (Dara Efda et al., 2023). Setiap konten yang diposting di Instagram @minigoldpekanbaru.id diawasi perkembangannya untuk melihat bagaimana respons dan tanggapan dari konsumen. Respons tersebut dapat berupa jumlah *like*, komentar, *share*, dan *direct message* (DM) pada Instagram @minigoldpekanbaru.id. Seperti yang dinyatakan oleh admin bahwa Instagram @Minigoldpekanbaru.id memiliki interaksi melalui *direct message* (DM) sehingga Instagram @Minigoldpekanbaru.id bisa langsung mendapatkan *feedback* dari konsumen. Admin juga menambahkan bahwa

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram @Minigoldpekanbaru.id biasanya memperhatikan kenyamanan dalam mengupload setiap konten yang ingin disebar. Hal ini didasari jika salah satu konten di Instagram yang berisi banyak tulisan, sehingga dapat menurunkan minat konsumen untuk melihat informasi tersebut. Berikut dibawah ini beberapa contoh *feedback* yang didapatkan akun @minigoldpekanbaru.id melalui *Direct Message* (DM):

Gambar 5. 17 *Direct Message* (DM) @minigoldpekanbaru.id



Sumber dari Instagram @minigoldpekanbaru.id

Gambar diatas menunjukkan beberapa *feedback* yang didapatkan melalui *Direct Message* (DM) @minigoldpekanbaru.id setelah meng-*upload* konten seperti *update* harga emas lalu *followers* yang melihat konten tersebut ada yang membalas atau memberikan *feedback* dengan pertanyaan seperti “apakah saya bisa menjual minigold ?” lalu pada konten mengenai *reseller* ada *followers* yang bertanya seperti “jika mau menjadi reseller apakah harus ada stok dan beli barang dahulu?” ataupun pertanyaan seperti “bagaimana cara menjadi reseller?” hal ini menunjukkan bahwa konten yang di *upload* oleh akun @minigoldpekanbaru.id mendapatkan sumber personal sehingga Proses pengiriman pesan kepada komunikan lebih

bermakna. Dan juga admin mengupayakan konten yang diposting di Instagram @minigoldpekanbaru.id diawasi perkembangannya untuk melihat bagaimana respons dan tanggapan dari konsumen.

5.2.5 Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Akun @minigoldpekanbaru.id Dalam Meningkatkan *Insight* Instagram

Instagram merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi via *online* yang digunakan masyarakat untuk mengunggah kegiatan dalam bentuk foto dan video. Instagram beberapa tahun terakhir dapat pula dimanfaatkan bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya. Fitur yang dimiliki Instagram dapat membantu pelaku bisnis untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat yang lebih luas atau mendunia salah satunya yaitu fitur *insight* Instagram. (Rasyid & Batam, 2020)

Insight adalah sebuah nilai hasil dari penemuan pola dan tren yang diperoleh dari data yang terkumpul (analisis), sehingga dapat dijadikan sebuah tujuan, acuan, ataupun data yang dapat dipercaya. *Insight* dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kita, selagi kita mencari berbagai kesempatan dan peluang. Selain itu juga, *insight* dari data dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menguji variasi baru yang dapat melahirkan sebuah inovasi dan mengoptimalkan kualitas perusahaan dalam hal meningkatkan layanan dan penjualan. (Juvabel, n.d.)

Didalam *insight* Instagram, kita dapat menemukan 4 pilihan menu yaitu:

1. Akun yang dijangkau, terdiri dari jangkauan berdasarkan jenis konten, konten populer, kunjungan profil dan aktifitas profil apakah meningkat dibandingkan dengan minggu atau bulan sebelumnya.
2. Akun yang berinteraksi, terdiri dari interaksi berdasarkan jenis konten, yaitu *reels* dan cerita.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Total pengikut, terdiri dari pertumbuhan keseluruhan pengikut (baik yang baru mengikuti ataupun yang berhenti mengikuti), lokasi populer (kota dan negara), rentang usia (laki-laki dan perempuan), jenis kelamin (laki-laki dan perempuan), waktu paling aktif (jam dan hari).
4. Konten yang dibagikan, disini kita dapat melihat konten apa saja yang kita bagikan dengan pilihan jangka waktu 7 hari terakhir sampai dengan 2 tahun terakhir.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat kita lihat bahwa kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal memiliki peran penting dalam membuat konten instagram. Kesegeraan merupakan langkah awal bagi pemilik untuk menentukan apa saja yang akan dilakukan oleh admin dalam jangka waktu tertentu, untuk menyebarkan informasi terbaru sehingga informasi tersebut *up to date* dan tidak basi. Pada keragaman isyarat admin memilih cara untuk menyampaikan pesan atau informasi secara verbal dengan mengunggah video *reels*. Selanjutnya variasi bahasa, pada tahap ini admin menyisipkan ide-ide melalui *caption* dan simbol-simbol seperti *hashtag*. Pada poin terakhir terdapat sumber personal yaitu pemilik mendapatkan *feedback* dari konsumen melalui konten instagram yang telah di *upload* sehingga pemilik dapat melihat ketertarikan konsumen terhadap bisnis yang dijalankan.

Dari proses diatas maka konten yang telah dihasilkan dapat menghasilkan *insight* instagram, maka pemilik telah bisa melihat jangkauan konten yang banyak dilihat oleh konsumen ataupun konten yang memiliki interaksi yang tinggi sehingga bisnis meningkat dari waktu ke waktu.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai “Pemanfaatan konten media sosial instagram akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan *insight* instagram”

Kesegeraan atau *immediacy* disebut sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan mendapatkan respon secara cepat. Hal ini sangat berpengaruh dalam proses komunikasi karena apabila terdapat penundaan menyampaikan pesan maka akibatnya pesan tersebut bisa sudah tidak relevan lagi. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah adanya perencanaan untuk mengoptimalkan kesegeraan dalam menyebarkan informasi yang penting mengenai bisnis yang dijalankan. Perencanaan adalah proses yang berkaitan dengan upaya untuk mengantisipasi kecenderungan pada masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan. Diantara kecenderungan dunia bisnis sekarang misalnya, merencanakan bisnis yang ramah lingkungan, merancang bisnis yang mampu bersaing dalam persaingan global, dan sebagainya.

Keragaman isyarat diartikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan verbal dan non-verbal seperti ekspresi dan gerakan. Instagram @minigoldpekanbaru.id mengisi konten-konten pada Instagram nya dengan pendekatan verbal lebih dominan dibandingkan dengan pendekatan non-verbal. Pemilik bertanggungjawab untuk mengarahkan admin dalam memilih dan membuat konten yang akan di *upload* di akun instagram @minigoldpekanbaru.id. Konten yang sering diupload biasanya selalu seputar mengenai pentingnya menabung atau berinvestasi sehingga konsumen terpengaruh untuk membeli emas melalui akun instagram @minigoldpekanbaru.id dan konten tersebut dikemas dengan cara yang menarik dan tidak terlalu kaku.

Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol. Selain itu variasi bahasa juga bisa dikatakan sebagai kemampuan penggunaan berbagai macam kata untuk meningkatkan pemahaman. Variasi bahasa yang di manfaatkan akun Instagram @Minigoldpekanbaru.id adalah penggunaan *caption* dan *hashtag* atau tagar (tanda pagar). *Caption* digunakan untuk memudahkan konsumen memahami isi dari konten tersebut. Selanjutnya *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan konten informasi sesuai dengan topiknya. Hal ini bertujuan agar konten sesuai dengan kategori informasi yang ingin disampaikan kepada konsumen.

Sumber personal merupakan cara untuk mengekspresikan perasaan dan emosi dari komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Proses pengiriman pesan kepada komunikan lebih bermakna jika menggunakan sumber personal. Setiap konten yang diposting di Instagram @minigoldpekanbaru.id diawasi perkembangannya untuk melihat bagaimana respons dan tanggapan dari konsumen. Respons tersebut dapat berupa jumlah *like*, komentar, *share*, dan *direct message* (DM) pada Instagram @minigoldpekanbaru.id.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat kita lihat bahwa, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal memiliki peran penting dalam membuat konten instagram. Dari proses diatas maka konten yang telah dihasilkan dapat menghasilkan *insight* instagram, maka pemilik telah bisa melihat jangkauan konten yang banyak dilihat oleh konsumen ataupun konten yang memiliki interaksi yang tinggi sehingga bisnis meningkat dari waktu ke waktu. Jadi konten media sosial instagram sangat mempengaruhi meningkatnya *insight* instagram, dikarenakan jika tidak ada konten media sosial maka *insight* instagram tidak meningkat atau berkurang. Jika *insight* berkurang maka pemilik tidak bisa melihat konten seperti apa yang paling diminati oleh pengikut maupun bukan pengikut.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka penulis mencoba memberikan saran atau masukan mengenai penelitian yang sudah dilaksanakan. Beberapa saran yang penulis sampaikan adalah :

- 6.2.1 Pemilik Instagram @minigoldpekanbaru.id diharapkan terus memberikan informasi yang menarik seputar emas.
- 6.3.1 Pemilik Instagram @minigoldpekanbaru.id diharapkan mampu meningkatkan mengenai konsep-konsep terkait dengan pengelolaan dan pengunggahan foto atau video di akun Instagram tersebut.
- 6.4.1 Pemilik Instagram @minigoldpekanbaru.id diharapkan lebih memperhatikan *insight* instagram secara berkala agar @minigoldpekanbaru.id lebih banyak diketahui oleh pengguna instagram.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, Y., & Ariescy, R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram. *Jurnal Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1–10.
- Briggs, ASA, & Burke, P. (2006). *Sejarah Sosial Media dari Gutenberg Sampai Internet*. Yayasan Obor Indonesia.
- Bungi, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo.
- Cinthy. (2022). Insight Instagram: Ini Pengertian, Fitur, dan Manfaatnya. *Accurate.Id*, 2023.
- Dara Efda, A., Setyawan, I., & Johansah, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Covid-19 pada Akun @Pandemictalks. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 29–36. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jika/issue/archive29>
- Eddyono, A. S., Bakrie, U., & Media, S. (2021). *ruang dan waktu , internet juga memiliki kelebihan informasi yang tidak sekedar*. April. <https://doi.org/10.33021/exp.v4i1.1532>
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Ekawati, R. K. (2019). Analisis Pemanfaatan Akun Bisnis Instagram dalam Peningkatan Penjualan pada Gerai XYZ.Co. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(2), 23–31.
- Ferlitasari, R. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Remaja: Studi pada Rohis di SMA Perintis I Bandar Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 6(1), 32–44.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JPKS/article/view/11602/7384>

Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.

Gustam, R. R. (2018). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 229.

Irfan Fauzi, M., & Yulianti, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 148–155. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.500>

Juvabel, R. (n.d.). *Mengenal Insight Lebih Jauh*.

<https://binus.ac.id/bandung/2020/04/mengenal-insight-lebih-jauh/>

Kusuma, A., Darma, D., & Sari, S. R. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan Engagement Rate, Impression dan Reach. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 9(2), 105–116. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v9i2.49483>

Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan media sosial instagram oleh akun @tamanwisatagenilagit sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata geni langit*. 1–72.

Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4566–4574. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13573/13098>

Mardalis. (2004). *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Bumi Aksara.

Moleong, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya Offset.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

Novianto, Y H Suprianto, R A P Singgih, Jonathan, A H Gunadi, & Y P Wibisono. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi untuk Meningkatkan Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. *GIAT : Teknologi Untuk Masyarakat*, 1(2), 1–12.

<https://doi.org/10.24002/giat.v1i2.5975>

Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. DPPM DIKTI.

Nurwijayanto, P. R., & Dharmawan, M. M. (2023). Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer engagement (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @sotoayamcakson). *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 7(2), 67–78.

P, J., & Subagyo. (2006). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. PT Rineka Cipta.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.

<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Putra, I. K. A. M., & Astina, K. A. D. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113–121. <https://jurnal.stdbali.ac.id/index.php/nawalavisual>

Rasyid, A. A., & Batam. (2020). Pemanfaatan Instagram Oleh Generasi Milenial Sebagai Media. *Jurnal Ekonomi, Sosial & ...*, 01(July), 1–8.

<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/185%0Ahttps://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/185/127>

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan. *Interaksi-Online*, 1–12.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>

Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). Pemanfaatan media sosial instagram pada perpustakaan perguruan tinggi. *EDULIB: Journal of Library and Information Science*, 10(1), 1–14. <http://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/index>

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sutopo, H. . (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.

Wasono Adi, & Handini Prabawati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176.
<https://doi.org/10.21009/communicology.012.05>



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN I

PEMANFAATAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @minigoldpekanbaru.id DALAM MENINGKATKAN INSIGHT

a. Kesegeraan (*Immediacy*)

- 1) Apakah Aish Gold memiliki perencanaan konten dalam waktu tertentu?

Untuk Aish Gold sebenarnya saya tidak memiliki perencanaan dalam jangka panjang seperti tahunan atau bulanan, tetapi biasanya saya memberikan target ke admin instagram saya bahwa dalam seminggu itu harus ada mengupload konten minimal lima konten baik dalam bentuk video atau foto akan tetapi setiap harinya instagram Aish Gold selalu mengupload update harga emas yang terbaru pada hari itu.

- 2) Bagaimana jika perencanaan tidak berjalan sesuai dengan yang telah ditentukan?

Sejauh ini admin saya selalu melaksanakan pekerjaan dengan baik, yaitu dengan mengupload lima konten dalam seminggu, jika misalnya ada kendala biasanya pada minggu berikutnya akan lebih banyak lagi mengupload konten agar interaksi dengan followers tidak signifikan berkurang.

- 3) Target penonton seperti apa yang diharapkan tertarik pada konten?

Target penonton yang saya harapkan untuk instagram Aish Gold adalah orang-orang yang mempunyai keingintahuan untuk mengetahui informasi mengenai emas 24karat atau logam mulia dalam berinvestasi atau menabung karena Aish Gold tidak hanya memposting konten untuk mempromosikan barang akan tetapi juga memberikan pengetahuan mengenai investasi emas atau menabung emas untuk masa yang akan datang.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Apa tujuan dan harapan dari membuat konten?

Tujuan dan harapan saya dengan adanya konten di instagram Aish Gold yaitu untuk menggaet lebih banyak orang agar melek akan emas dan pentingnya menabung emas dari sekarang untuk investasi di masa yang akan datang ataupun sebagai dana darurat jangka panjang dan juga harapan saya dengan adanya konten ini yaitu orang berani membeli emas melalui sosial media tanpa takut merasa tertipu.

5) Apa tujuan dan harapan dari membuat konten?

Tujuan dan harapan saya dengan adanya konten di instagram Aish Gold yaitu untuk menggaet lebih banyak orang agar melek akan emas dan pentingnya menabung emas dari sekarang untuk investasi di masa yang akan datang ataupun sebagai dana darurat jangka panjang dan juga harapan saya dengan adanya konten ini yaitu orang berani membeli emas melalui sosial media tanpa takut merasa tertipu.

6) Apakah owner memiliki upaya lain dalam menyebarkan informasi atau konten kepada konsumen agar jangkauannya lebih luas?

Ya, saya terkadang memasang iklan langsung dari aplikasi instagram, dengan tujuan konten yang di upload bisa menjangkau konsumen secara lebih luas, sehingga informasi yang diberikan dapat segera tersebar kepada konsumen.

b. Keragaman Isyarat (Multiple Cues)

1) Apa saja macam konten (antara foto/video) yang sering diupload?

Konten yang sering saya upload yaitu setiap hari saya mengupload update harga emas terbaru pada hari itu, lalu saya mengupload informasi mengenai pentingnya menabung atau berinvestasi sehingga bisnis yang dijalankan oleh owner meningkat.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Apakah ada konten yang rutin diupload?

Ada, konten yang setiap hari saya upload adalah harga emas atau logam mulia yang terbaru setiap harinya.

- 3) Bagaimana menentukan konten yang cocok dijadikan untuk video atau foto?

Caranya adalah saya melihat dari berbagai pertanyaan yang pernah ditanyakan kepada saya seperti 'bagaimana cara berinvestasi atau berapa harga emas' jadi dari pertanyaan tersebut saya sering membuat konten dari jawaban dari pertanyaan tersebut.

- 4) Apa kendala dalam membuat konten?

Adakalanya saya bingung akan membuat konten seperti apa lagi yang lebih menarik dan terlihat berbeda tetapi maksud dan tujuannya sama yaitu mengajak orang untuk menabung emas atau berinvestasi dari sekarang untuk jangka panjang.

- 5) Darimana referensi ide konten?

Referensi ide konten akun instagram Aish Gold adalah kadang saya melihat referensi dari akun instagram antam atau moinigold.id atau akun yang membahas seputar tentang emas, kadang juga saya melihat dari pertanyaan yang diajukan followers mengenai emas. .

- 6) Kapan waktu yang tepat untuk upload konten di sosial media instagram?

Biasanya untuk update harga saya menguploadnya pada pagi hari dan untuk konten video atau foto saya menguploadnya pada siang hari waktu istirahat, kadang pernah juga pada malam hari.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Variasi Bahasa (Language Variety)

- 1) Apakah dalam mengupload konten admin menambahkan caption?

Ya, saya selalu menambahkan caption yang sesuai dengan foto atau video yang di upload.

- 2) Bagaimana proses dalam pembuatan/pemilihan caption agar dapat mendukung produk yang disampaikan melalui konten media instagram?

Di akun instagram Aish Gold biasanya saya membuat caption yang sesuai dengan video atau foto yang saya upload seperti menjelaskan lagi secara singkat isi dari video atau foto tersebut dan menambahkan hastag yang relate dengan konten tersebut.

- 3) Biasanya di dalam caption apakah admin menambahkan kalimat tagline khusus minigold?

Ya, biasanya saya menambahkan tagline khusus seperti, minigold is my gold dan dengan minigold semua bisa punya emas.

- 4) Apakah admin menambahkan tagar (#) kedalam caption, sehingga konten tersebut mudah dicari?

Ya, saya menambahkan tagar (#) kedalam caption, dengan tujuan jika orang mencari atau membuka tagar tersebut, akan muncul konten yang serupa dengan postingan tersebut.

- 5) Bagaimana cara mengemas (menyisipkan pesan) informasi berupa konten foto atau video agar lebih efektif?

Dalam konten instagram saya biasanya saya menyisipkan pesan atau isi secara singkat, padat dan jelas sehingga mudah dipahami oleh followers ataupun non followers saya.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Sumber Personal (Personal Source)

- 1) Apakah ada konsumen yang bertanya seputar produk melalui media instagram?

Iya, ada, biasanya followers ada menanyakan melalui pesan instagram, seperti menanyakan bagaimana cara membeli emas dari akun tersebut atau juga menanyakan emasa berapa gram saja yang ada stok nya.

- 2) Apakah sering konsumen berpesan melalui instagram dan apakah sering menjawab pesan?

Sebenarnya tidak sering karena instagram Aish Gold juga mencantumkan nomor whatsapp di profil instagram, sehingga konsumen terkadang langsung bertanya lewat whatsapp tersebut, akan tetapi jika ada yang bertanya memalui pesan instagram pasti selalu saya jawab.

- 3) Bagaimana cara konsumen mengirim pesan dan biasanya apa isi pesan tersebut?

Biasanya konsumen mengirim pesan melalui direct message (dm) dan isinya kebanyakan bertanya mengenai harga atau bagaimana cara konsumen jika ingin membeli emas di Aish Gold, akan tetapi konsumen juga sering langsung bertanya melalui whatsapp karena kami mencantumkan link whatsapp di profile instagram, dimanapun jika ada konsumen yang bertanya seputar minigold atau emas pasti selalu saya jawab.

- 4) Apakah ada yang memperlmasalahkan atau komplek dengan konten dan bagaimana mereka menyampaikan keluhan serta bagaimana menanggapi komplek tersebut?

Sejauh ini belum ada komplek terhadap akun instagram @minigoldpekanbaru.id.

- 5) Bagaimana estimasi target konsumen yang direncanakan, apakah sesuai dengan target evaluasi setiap konten Instagram yang diupload?

Melihat dari followers dari instagram Aish Gold saya rasa sesuai target, karena rata-rata konsumen saya memfollow instagram Aish Gold.



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN II

Dokumentasi wawancara dengan Admin Instagram @minigoldpekanbaru.id

