

Persepsi *Followers* Terhadap Konten Akun Instagram @pmbunisba_blitar

Followers' Perception of Instagram Account Content @pmbunisba_blitar

Yofa Meilia Putri

Universitas Islam Balitar Blitar
E-mail: yofameilia@gmail.com

Artikel Info

Diterima:
28 Februari 2024
Disetujui:
23 Maret 2024
Diterbitkan:
30 Maret 2024

Hal. 35-46

Kata Kunci:

Persepsi; Media Sosial;
Instagram; Followers.

Keywords:

*Perception; Social
Media; Instagram;
Followers.*

ABSTRAK

Media sosial memiliki kekuatan sosial dan berdampak signifikan dalam membentuk opini publik, sehingga sangat diperlukan strategi yang tepat untuk membentuk opini positif publik. Setiap konten yang terunggah, dapat berpengaruh secara langsung terhadap pandangan publik terhadap akun media sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, peneliti menyajikan data berbentuk angka-angka sebelum mendeskripsikan dan menganalisis data untuk menarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @pmbunisba_blitar. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan *random sampling* dan ditetapkan 100 *followers*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @pmbunisba_blitar mengunggah konten mengenai informasi pendaftaran, prosedur akademik, hingga konten hiburan. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya belum sepenuhnya mampu membentuk persepsi positif *followers* terhadap konten akun Instagram @pmbunisba_blitar. Dibuktikan pada nilai *mean* seluruh indikator persepsi, yang menunjukkan bahwa konten akun Instagram @pmbunisba_blitar tidak cukup interaktif, inspiratif, atraktif, dan *entertain*. Sedangkan persepsi *followers* terhadap konten akun Instagram @pmbunisba_blitar pada sisi relevan, informatif, dan edukatif sudah cukup positif.

ABSTRACT

Social media has social power and a significant impact in shaping public opinion, so the right strategy is needed to form a positive public opinion. Every uploaded content can directly affect the public's view of the social media account. This research uses descriptive quantitative methods, researchers present data in the form of numbers before describing and analyzing the data to draw conclusions. The population of this study were followers of the @pmbunisba_blitar Instagram account. The research sample was taken using random sampling and determined 100 followers. The @pmbunisba_blitar Instagram account uploads content regarding registration information, academic procedures, and entertainment content. However, in its implementation, it has not been able to fully form followers' positive perceptions of the content of the @pmbunisba_blitar Instagram account. This is evidenced by the mean value of all perception indicators, which shows that the content of the @pmbunisba_blitar Instagram account is not

interactive, inspiring, attractive, and entertaining enough. Meanwhile, followers' perceptions of the content of the @pmbunisba_blitir Instagram account on the relevant, informative, and educational sides are quite positive.

PENDAHULUAN

Kehidupan saat ini terbantu dengan berkembangnya teknologi, termasuk pada aspek informasi dan komunikasi. Menurut Hovland, Janis, dan Keley dalam (Putra, 2020) komunikasi diartikan sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus, biasanya dalam bentuk kata-kata, dengan maksud untuk mengubah atau mempengaruhi perilaku orang lain. Proses komunikasi semakin mudah karena terbantu oleh peningkatan inovasi yang bekerja dengan teknologi selama waktu yang dihabiskan untuk menyebarkan informasi.

Penyebaran data kini dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Mandibergh mencirikan media sosial sebagai media yang mewajibkan kolaborasi antara pengguna yang memproduksi konten (*User generated content*) (Nasrullah, 2015). Karena media sosial memiliki kekuatan sosial dan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk opini publik, maka media sosial disebut sebagai jejaring sosial *online* dan bukan media massa (Ardianto, 2017).

Media sosial telah menyatu dengan semua bagian dari keberadaan manusia. Hal ini cenderung ditunjukkan oleh laporan We Are Social yang menyatakan bahwa pengguna media sosial secara keseluruhan mencapai 4,62 miliar pada Januari 2022. Sebanyak 80,1% orang Indonesia memanfaatkan internet untuk tujuan mendapatkan informasi.

Media sosial yang sering dikunjungi orang Indonesia salah satunya Instagram, yakni sebanyak 38,2 juta orang dengan durasi penggunaan 18 menit per kunjungan (Digital 2022: Another Year of Bumper Growth). Kini Instagram sudah dapat dimanfaatkan sebagai ajang transaksi bisnis dengan proses jual beli dan penawaran jasa. Dengan Instagram, orang awam dapat menjadi orang yang berpengaruh hanya dengan informasi yang diunggah (Enterprise, 2021).

Media sosial dapat digunakan apabila pengguna memiliki akun. Akun berisi identitas virtual seseorang. Tidak hanya mampu menyebarkan data, media sosial juga siap membantu penggunanya untuk mendapatkan data. Semua data yang terunggah di media sosial disebut dengan konten. Konten digital adalah jenis produk yang menggabungkan teks, grafik, audio, video, materi, dan elemen lainnya dengan teknologi digital (Qurotul Aini, 2021).

Konten mampu berperan sebagai pembentuk persepsi seseorang. Persepsi diartikan sebagai jalannya interaksi dalam memilih, memilah, dan menguraikan berbagai rangsangan menjadi data yang signifikan (Vinna Sri Yuniarti, 2015). Selaras dengan Universitas Islam Balitar dalam memanfaatkan akun Instagram @pmbunisba_blitir, konten diharapkan sebagai media penyebaran informasi yang bersifat “menjual”.

Namun dalam pemanfaatannya, belum diketahui apakah konten yang diunggah sepenuhnya mampu membentuk persepsi *followers*. *Followers* merupakan pengguna media sosial yang berstatus sebagai pengikut karena dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap konten suatu akun. *Followers* adalah salah satu indikator penting di dalam aplikasi Instagram. Sehingga penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui persepsi *followers* terhadap konten akun Instagram @pmbunisba_blitir.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan desain kuantitatif dengan tujuan mendeskripsikan persepsi *followers* terhadap konten akun Instagram @pmbunisba_blitir. Populasi penelitian adalah *followers* akun Instagram @pmbunisba_blitir. Pemilihan populasi didasarkan pada tujuan penelitian yakni mengetahui persepsi *followers*. Populasi umum berjumlah 5.564 *followers*, sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 142, karena termasuk dalam *followers* terbaru dalam 18 minggu terakhir.

Peneliti menggunakan teknik *random sampling* dan menetapkan 100 *followers* sebagai

responden. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui *direct message* (DM) di Instagram. Data penelitian dianalisis dengan *mean* dan metode analisis deskriptif, yakni dengan menyajikan data yang masih berupa angka sebelum mendeskripsikan dan menganalisis data tersebut untuk menemukan makna dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang terdiri dari usia 18 tahun berjumlah 5 orang yakni 5%, 19 tahun berjumlah 10 orang (10%), 20 tahun 9 orang (9%), 21 tahun 12 orang (12%), 22 tahun 29 orang (29%), 23 tahun 26 orang (26%), 24 tahun 5 orang (5%), dan 25 tahun 4 orang (4%). Mayoritas responden berumur 22 tahun. Adapun responden laki-laki dalam penelitian ini berjumlah 42 orang (42%), sedangkan responden perempuan berjumlah 58 orang (58%).

Persepsi Followers Terhadap Konten Akun Instagram @pmbunisba_Blitar

Persepsi terpilah dalam pernyataan terhadap sisi informatif, edukatif, interaktif, relevan, inspiratif, atraktif, dan *entertain*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mean*, yakni untuk menghitung rata-rata. Rata-rata rekapitulasi hasil angket variabel persepsi *followers* terhadap akun *Instagram @pmbunisba_blit* sebesar 3,33.

A. Informatif

Terdapat 9 pernyataan dalam indikator informatif dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,62.

Tabel 1. Indikator Informatif

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Akun <i>Instagram @pmbunisba_blit</i> menyediakan informasi yang saya butuhkan	F	18	65	16	0	1	100	3,99
		Skor	90	260	48	0	1	399	
		Present ase	18%	65%	16%	0%	1%	100%	
2	Konten Akun <i>Instagram @pmbunisba_blit</i> menyediakan informasi yang <i>up to date</i> (terkini)	F	16	64	13	6	1	100	3,88
		Skor	80	256	39	12	1	388	
		Present ase	16%	64%	13%	6%	1%	100%	
3	Akun <i>Instagram @pmbunisba_blit</i> selalu mengunggah informasi suatu <i>event</i> (kegiatan)	F	16	55	18	9	2	100	3,74
		Skor	80	220	54	18	2	374	
		Present ase	16%	55%	18%	9%	2%	100%	
4	Saya senang mendapatkan informasi dari konten akun <i>Instagram @pmbunisba_blit</i>	F	16	52	28	1	3	100	3,77
		Skor	80	208	84	2	3	377	
		Present ase	16%	52%	28%	1%	3%	100%	
5	Saya tidak puas karena informasi	F	5	22	26	43	4	100	3,19
		Skor	5	44	78	172	20	319	

	pada konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar hanya bermanfaat bagi mahasiswa Unisba saja	Present ase	5%	22%	26%	43%	4%	100%	
6	Saya kecewa karena akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar mengunggah informasi yang tidak penting	F	5	7	15	59	14	100	3,7
		Skor	5	14	45	236	70	370	
		Present ase	5%	7%	15%	59%	14%	100%	
7	Saya akan terus mengakses akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	9	50	34	4	3	100	3,58
		Skor	45	200	102	8	3	358	
		Present ase	9%	50%	34%	4%	3%	100%	
8	Saya meminati informasi pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	12	55	26	5	2	100	3,7
		Skor	60	220	78	10	2	370	
		Present ase	12%	55%	26%	5%	2%	100%	
9	Saya jarang mencari informasi perkuliahan pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	7	19	37	36	1	100	3,05
		Skor	7	38	111	144	5	305	
		Present ase	7%	19%	37%	36%	1%	100%	
Total mean									3,62

Dalam indikator informatif, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 1, yakni sebesar 3,99. Terdapat 3 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator informatif. Secara keseluruhan pada tiga pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_bliitar cukup informatif. Hal ini menunjukkan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_bliitar informatif, sesuai dengan pernyataan (Edib, 2020), konten informatif bertujuan menjelaskan sesuatu, baik melalui komposisi, foto, atau rekaman. Informasi merupakan hal yang krusial atau komponen utama dari sebuah konten.

B. Edukatif

Terdapat 6 pernyataan dalam indikator edukatif dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,34.

Tabel 2. Indikator Edukatif

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Konten pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar mengedukasi <i>followers</i>	F	12	57	22	8	1	100	3,71
		Skor	60	228	66	16	1	371	
		Prese ntase	12%	57%	22%	8%	1%	100%	
2	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	17	62	14	6	1	100	3,88
		Skor	85	248	42	12	1	388	

	memuat konten tentang prosedur kegiatan akademik	Prese ntase	17%	62%	14%	6%	1%	100%	
3	Saya puas melihat konten edukasi pada <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	12	54	28	5	1	100	3,71
		Skor	60	216	84	10	1	371	
		Prese ntase	16%	55%	18%	9%	2%	100%	
4	Konten edukasi pada <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit membosankan	F	4	27	23	39	7	100	3,19
		Skor	4	54	69	156	35	319	
		Prese ntase	4%	27%	23%	39%	7%	100%	
5	Saya melihat konten edukasi pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit dengan intens	F	6	34	44	12	4	100	3,26
		Skor	30	136	132	24	4	326	
		Prese ntase	6%	34%	44%	12%	4%	100%	
6	Saya konsisten (rutin) melihat konten edukasi pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	3	28	39	25	5	100	2,29
		Skor	15	112	117	50	5	229	
		Prese ntase	3%	28%	39%	25%	5%	100%	
Total mean									3,34

Dalam indikator edukatif, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 2, yakni sebesar 3,88. Terdapat 3 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator edukatif. Secara keseluruhan pada tiga pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_blit cukup edukatif. Hal ini menunjukkan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_blit edukatif, sesuai dengan pernyataan (Edib, 2020), konten edukasi mampu memberikan nilai tambah dengan memuat informasi yang bermanfaat.

C. Interaktif

Terdapat 11 pernyataan dalam indikator interaktif dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,1.

Tabel 3. Indikator Interaktif

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit menyediakan konten tanya jawab	F	4	46	40	9	1	100	3,43
		Skor	20	184	120	18	1	343	
		Prese ntase	4%	46%	40%	9%	1%	100%	
2	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit aktif menjawab komentar <i>followers</i>	F	8	38	37	14	3	100	3,34
		Skor	40	152	111	28	3	334	
		Prese ntase	8%	38%	37%	14%	3%	100%	
3	Admin akun <i>Instagram</i>	F	2	14	46	36	2	100	3,22
		Skor	2	28	138	144	10	322	

	@pmbunisba_bliitar tidak pernah melakukan <i>re-post</i> saat ditandai (<i>tag</i>)	Prese ntase	2%	14%	46%	36%	2%	100%	
4	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar menyediakan konten sesi curhat	F	6	21	44	22	7	100	2,97
		Skor	30	84	132	44	7	297	
		Prese ntase	6%	21%	44%	22%	7%	100%	
5	Saya merasa konten tanya jawab pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar membosankan	F	5	17	38	38	2	100	3,15
		Skor	5	34	114	152	10	315	
		Prese ntase	5%	22%	26%	43%	4%	100%	
6	Saya senang karena akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar menjawab komentar <i>followers</i>	F	12	60	21	5	2	100	3,75
		Skor	60	240	63	10	2	375	
		Prese ntase	12%	60%	21%	5%	2%	100%	
7	Saya merasa konten sesi curhat pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar menggelikan	F	8	13	42	31	6	100	3,14
		Skor	8	26	126	124	30	314	
		Prese ntase	8%	13%	42%	31%	6%	100%	
8	Saya sering berkomentar di akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	1	13	39	31	16	100	2,52
		Skor	5	52	117	62	16	252	
		Prese ntase	1%	13%	39%	31%	16%	100%	
9	Saya akan melakukan <i>screenshot</i> (tangkapan layar) pada konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar yang menarik	F	5	52	26	13	4	100	3,41
		Skor	25	208	78	26	4	341	
		Prese ntase	5%	52%	26%	13%	4%	100%	
10	Saya sering menjawab kuis pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	5	27	38	26	4	100	3,05
		Skor	25	108	114	52	4	305	
		Prese ntase	5%	27%	38%	26%	4%	100%	
11	Saya tidak akan mengikuti konten sesi curhat pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	7	17	45	29	2	100	2,13
		Skor	7	34	135	116	10	213	
		Prese ntase	7%	19%	37%	36%	1%	100%	
Total mean									3,1

Dalam indikator interaktif, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 6, yakni sebesar 3,75. Terdapat 4 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator interaktif. Secara keseluruhan pada empat pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten

akun *Instagram* @pmbunisba_bliitar cukup interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_bliitar tidak interaktif. Sesuai dengan pernyataan (Edib, 2020), konten interaktif ditujukan untuk berinteraksi dengan pengguna akun media sosial untuk meningkatkan keterlibatan di media sosial, karena interaksi adalah hal yang krusial.

D. Relevan

Terdapat 9 pernyataan dalam indikator relevan dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,67.

Tabel 4. Indikator Relevan

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar sesuai dengan harapan saya	F	8	52	32	4	4	100	3,56
		Skor	40	208	96	8	4	356	
		Presentase	8%	52%	32%	4%	4%	100%	
2	Informasi pada konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar dapat dipercaya	F	24	58	15	2	1	100	4,02
		Skor	120	232	45	4	1	402	
		Presentase	24%	58%	15%	2%	1%	100%	
3	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar tidak memberi informasi secara detail	F	2	18	24	50	6	100	3,4
		Skor	2	36	72	200	30	340	
		Presentase	2%	18%	24%	50%	6%	100%	
4	Saya meyakini bahwa <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar adalah akun resmi Unisba	F	48	39	10	2	1	100	4,31
		Skor	240	156	30	4	1	431	
		Presentase	48%	39%	10%	2%	1%	100%	
5	Caption akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar selalu sesuai dengan isi konten	F	20	61	16	2	1	100	3,97
		Skor	100	244	48	4	1	397	
		Presentase	20%	61%	14%	2%	1%	100%	
6	Saya menyukai konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar karena detail	F	18	48	28	5	1	100	3,77
		Skor	90	192	84	10	1	377	
		Presentase	18%	48%	28%	5%	1%	100%	
7	Saya merasa akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar terlalu dilebih-lebihkan	F	3	8	24	57	8	100	3,59
		Skor	3	16	72	228	40	359	
		Presentase	3%	8%	24%	57%	8%	100%	
8	Saya akan membagikan konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_bliitar	F	8	38	45	8	1	100	2,68
		Skor	40	76	135	16	1	268	
		Presentase	12%	55%	26%	5%	2%	100%	

	yang <i>up to date</i> kepada sesama pengguna <i>Instagram</i>								
9	Saya memberikan respon baik (<i>reaction/like</i>) pada konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar yang sesuai dengan judulnya	F	14	52	31	2	1	100	3,76
		Skor	70	208	93	4	1	376	
		Prese ntase	14%	52%	31%	2%	1%	100%	
Total mean									3,67

Dalam indikator relevan, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 4, yakni sebesar 4,31. Terdapat 5 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator relevan. Secara keseluruhan pada lima pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_blitar cukup relevan. Hal ini menunjukkan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_blitar relevan. Sesuai dengan pernyataan (Hermayanto, 2023) bahwa jenis konten relevan, penting, dan konsisten bertujuan agar *audience* merasa tertarik sehingga merasa membutuhkan informasi yang terkandung dalam konten.

E. Inspiratif

Terdapat 8 pernyataan dalam indikator inspiratif dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,19.

Tabel 5. Indikator Inspiratif

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar menyajikan konten kata-kata mutiara yang inspiratif	F	13	41	38	7	1	100	3,58
		Skor	65	164	114	14	1	358	
		Prese ntase	13%	41%	38%	7%	1%	100%	
2	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar tidak rutin menyajikan konten motivasi	F	8	21	44	27	0	100	2,63
		Skor	8	42	132	81	0	263	
		Prese ntase	8%	21%	44%	27%	0%	100%	
3	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar tidak mengunggah prestasi mahasiswa Unisba	F	7	22	32	36	3	100	3,06
		Skor	7	44	96	144	15	306	
		Prese ntase	7%	22%	32%	36%	3%	100%	
4	Saya terinspirasi oleh konten <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar	F	9	27	46	14	4	100	3,23
		Skor	45	108	138	28	4	323	
		Prese ntase	9%	27%	46%	14%	4%	100%	
5	Saya menyayangkan akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitar tidak mengunggah	F	11	20	40	23	7	100	2,68
		Skor	11	40	120	62	35	268	
		Prese ntase	11%	20%	40%	23%	7%	100%	

	prestasi mahasiswa Unisba								
6	Saya menyukai kata-kata motivasi di akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	12	39	40	7	2	100	3,52
		Skor	60	156	120	14	2	352	
		Prese ntase	12%	39%	40%	7%	2%	100%	
7	Saya menjadikan konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit sebagai motivasi dalam belajar	F	7	37	38	16	2	100	3,31
		Skor	35	148	114	32	2	331	
		Prese ntase	7%	37%	38%	16%	2%	100%	
8	Saya mempercayai konten motivasi pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	11	42	37	8	2	100	3,52
		Skor	55	168	111	16	2	352	
		Prese ntase	11%	42%	37%	8%	2%	100%	
Total mean								3,19	

Dalam indikator inspiratif, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 1, yakni sebesar 3,58. Terdapat 3 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator relevan. Secara keseluruhan pada tiga pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_blit cukup inspiratif. Hal ini menunjukkan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_blit inspiratif. Sesuai dengan pernyataan (Helianthusonfri, 2015) konten harus mampu menginspirasi pembaca dengan menyajikan kalimat “menyentuh” dan menggugah pembaca untuk melakukan suatu tindakan.

F. Atraktif

Terdapat 8 pernyataan dalam indikator atraktif dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,22.

Tabel 6. Indikator Atraktif

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Desain konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit disajikan dengan menarik	F	18	43	27	10	2	100	3,65
		Skor	90	172	81	20	2	365	
		Prese ntase	18%	43%	27%	10%	2%	100%	
		F	8	20	31	40	1	100	
Skor	8	40	93	160	5	306			
Prese ntase	8%	20%	31%	40%	1%	100%			
3	Penataan <i>feeds</i> (tampilan profil) akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit tidak rapi	F	9	25	26	38	2	100	2,99
		Skor	9	50	78	152	10	299	
		Prese ntase	9%	25%	26%	38%	2%	100%	
4	Saya tidak tertarik dengan penataan <i>feeds</i> akun <i>Instagram</i>	F	7	22	35	32	4	100	3,04
		Skor	7	44	105	128	20	304	
		Prese ntase	7%	22%	35%	32%	4%	100%	

	@pmbunisba_blit	ntase							
5	Saya tidak puas dengan perpaduan warna di konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	7	18	30	42	3	100	3,16
		Skor	7	36	90	168	15	316	
		Prese ntase	7%	18%	30%	42%	3%	100%	
6	Saya menyukai desain konten akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	10	39	33	16	2	100	3,39
		Skor	50	156	99	32	2	339	
		Prese ntase	10%	39%	33%	16%	2%	100%	
7	Saya membagikan konten yang desainnya menarik dalam akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit pada sesama pengguna <i>Instagram</i>	F	9	29	42	19	1	100	3,26
		Skor	45	116	126	38	1	326	
		Prese ntase	9%	29%	42%	19%	1%	100%	
8	Saya sering menonton konten <i>reels</i> (video pendek) pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit	F	8	32	37	19	4	100	3,21
		Skor	40	128	111	38	4	321	
		Prese ntase	8%	32%	37%	19%	4%	100%	
Total mean									3,22

Dalam indikator atraktif, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 1, yakni sebesar 3,65. Terdapat 3 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator relevan. Secara keseluruhan pada tiga pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_blit cukup atraktif. Sesuai dengan pernyataan (Zein, 2022), konten atraktif dan menarik, seperti gambar, infografis, segmen komentar, pertemuan *web*, yang memberikan lahan untuk koneksi di antara pengguna lain.

G. Entertain

Terdapat 7 pernyataan dalam indikator entertain dan menghasilkan total *mean* sebesar 3,16.

Tabel 7. Indikator Entertain

No	Pernyataan	Penilaian					Total	Mean	
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit menyajikan konten humor	F	9	21	42	21	7	100	3,04
		Skor	45	84	126	42	7	304	
		Prese ntase	9%	21%	42%	21%	7%	100%	
2	Akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blit menyajikan konten <i>video</i> hiburan	F	5	21	42	26	6	100	2,93
		Skor	25	84	126	52	6	293	
		Prese ntase	5%	21%	42%	26%	6%	100%	
3	Konten akun <i>Instagram</i>	F	7	34	41	12	6	100	3,24
		Skor	35	136	123	24	6	324	

	@pmbunisba_blitaringhibur	Prese ntase	7%	34%	41%	12%	6%	100%	
4	Saya menyukai konten humor pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitaringhibur	F	4	31	42	18	5	100	3,11
		Skor	20	124	126	36	5	311	
		Prese ntase	4%	31%	42%	18%	5%	100%	
5	Saya memberi <i>like</i> pada konten hiburan akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitaringhibur	F	9	48	32	7	4	100	3,51
		Skor	45	192	96	14	4	351	
		Prese ntase	9%	48%	32%	7%	4%	100%	
6	Saya menanti-nanti konten humor pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitaringhibur	F	7	29	43	17	4	100	3,18
		Skor	35	116	129	34	4	318	
		Prese ntase	7%	29%	43%	17%	4%	100%	
7	Saya mencari-cari <i>video</i> hiburan pada akun <i>Instagram</i> @pmbunisba_blitaringhibur	F	8	30	39	16	7	100	3,16
		Skor	40	120	117	32	7	316	
		Prese ntase	8%	30%	39%	19%	7%	100%	
Total mean									3,16

Dalam indikator *entertain*, ranking 1 terdapat pada pernyataan nomor 5, yakni sebesar 3,51. Terdapat 3 pernyataan yang *mean*-nya di bawah *mean* indikator *entertain*. Secara keseluruhan pada tiga pernyataan tersebut, persepsi responden masih dalam kategori sedang. Kesimpulan dari data yang dipaparkan adalah persepsi *followers* terhadap konten akun *Instagram* @pmbunisba_blitaringhibur cukup *entertain*. Sesuai dengan pernyataan (Helianthusonfri, 2015), konten menghibur/*entertain* bertujuan untuk menghibur pembaca sembari mencari informasi yang dibutuhkan.

Tabel 8. Rekapitulasi Mean Seluruh Indikator

No.	Indikator	Skor Mean	Keterangan
1.	Informatif	3,62	Tinggi
2.	Edukatif	3,34	Tinggi
3.	Interaktif	3,1	Rendah
4.	Relevan	3,67	Tinggi
5.	Inspiratif	3,19	Rendah
6.	Atraktif	3,22	Rendah
7.	<i>Entertain</i>	3,16	Rendah
Total		23,3	
Mean		3,32	

Berdasarkan tabel di atas, *mean* seluruh indikator sebesar 3,32 dan *ranking mean* terbesar adalah indikator relevan, yakni 3,67. Adanya indikator dalam kategori rendah, menyatakan bahwa konten akun *Instagram* @pmbunisba_blitaringhibur belum cukup mampu membentuk persepsi positif *followers* dalam sisi interaktif, inspiratif, atraktif, dan *entertain*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Akun *Instagram* @pmbunisba_blitaringhibur mengunggah konten mengenai informasi pendaftaran, prosedur akademik, hingga konten hiburan. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya belum sepenuhnya mampu membentuk persepsi positif *followers* terhadap konten akun *Instagram*

@pmbunisba_blitir. Dibuktikan pada nilai *mean* seluruh indikator persepsi, yang menunjukkan bahwa konten akun Instagram @pmbunisba_blitir tidak cukup interaktif, inspiratif, atraktif, dan *entertain*. Sedangkan persepsi *followers* terhadap konten akun Instagram @pmbunisba pada sisi relevan, informatif, dan edukatif sudah cukup positif.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Sempiosa Rekatama Media.
- Basarah&Gustina, F. F. (2020). Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 5, 24.
- Edib, L. (2020). *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*. Yogyakarta: Diva Press.
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fahmi, D. (2021). *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Helianthusonfri, J. (2015). *Panduan Lengkap SEO Pemula untuk Blogger*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi Pemasaran UMKM*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Kadarudin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Keller, P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Sempiosa Rekatama Media.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru Pers.
- NN. (22 Januari 2022). Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. Retrieved Maret 13, 2023 from Dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Qurotul Aini, U. R. (2021). Aplikasi Berbasis Blockchain dalam Dunia Pendidikan dengan Metode Systematics Review. *Journal of Computer Engineering System and Science*, 6.1.
- Said Ahmad, F. F. (2020). Persepsi Followers terhadap Relationship Goals dalam Video Selebgram Alfy Saga. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 31.
- Soesanto, E. A. (2013). *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Surabaya: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zein, M. F. (2022). *Serenade Penyiaran Indonesia*. Depok: Mohamad Fahilah Zein Digital Publishing.