

## Insight Instagram Berdasarkan Jenis Postingan Instagram pada “@pateron.blitar”

Nadzarfi Adiana Ramadani <sup>1\*</sup>, Rani Arifah Normawati <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Operasionalisasi Perkantoran Digital, Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar, Blitar, Indonesia

[nadzarfi24@gmail.com](mailto:nadzarfi24@gmail.com)<sup>1</sup>, [raniarifah@akb.ac.id](mailto:raniarifah@akb.ac.id)<sup>2</sup>

Correspondence:

[nadzarfi24@gmail.com](mailto:nadzarfi24@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

**Tujuan.** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *insight* yang dihasilkan oleh setiap jenis postingan yang telah di-*upload* pada Instagram milik PT Pateron Edukasi Indonesia dengan *username* “pateron.blitar”. Melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana jenis postingan berpengaruh dalam *insight* yang dihasilkan postingan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui *insight* yang dihasilkan oleh setiap jenis postingan instagram sehingga untuk perencanaan dalam menentukan jenis konten selanjutnya dapat dilakukan dengan efektif.

**Material dan Metode.** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang menyajikan hasil dan pembahasan dalam bentuk tabel dan teks naratif. Observasi dilakukan terhadap *insight* setiap postingan *feed* instagram @pateron.blitar dalam kurun waktu *upload* bulan Desember 2023 sampai bulan April 2024.

**Hasil.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap jenis postingan menghasilkan *insight* yang berbeda-beda. Jenis postingan *daily content* soal memiliki *insight* postingan yang tinggi jika dibandingkan dengan jenis postingan yang lain.

**Kesimpulan.** *Insight* yang dihasilkan oleh setiap jenis postingan yang di-*upload* pada instagram “pateron.blitar” memiliki perbedaan. Jenis postingan *feed* instagram *daily content* soal memiliki *insight* yang tinggi jika dibandingkan dengan jenis postingan yang lain.

### Kata Kunci

Instagram; *Insight*; Konten; *Social media marketing*

### ABSTRACT

**Objective.** The aim of this research is to find out the insights generated by each type of post that has been uploaded to PT Pateron Edukasi Indonesia's Instagram with the username "pateron.blitar". With this research, it is hoped that we can increase knowledge about how the type of post influences the insights generated by the post. Apart from that, this research also aims to find out the insights generated by each type of Instagram post so that planning in determining the next type of content can be carried out effectively.

**Materials and Methods.** The method used in this research is a qualitative method which presents results and discussion in the form of tables and narrative text. Observations were made on the insights of each @pateron.blitar Instagram feed post in the upload period from December 2023 to April 2024.

**Results.** The research results show that each type of post produces different insights. The daily content post type has high post insight when compared to other post types.

**Conclusion.** The insights generated by each type of post uploaded to Instagram "pateron.blitar" are different. The daily content Instagram feed post type has high insight when compared to other post types.

### Key Words

Instagram; *Insight*; Content; *Social media marketing*

Received: 22<sup>nd</sup> August 2024  
 Accepted: 29<sup>th</sup> November 2024  
 Published: 31<sup>st</sup> December 2024

Citation: -

10.46510/jami.v5i2.303  
 ISSN 2722-4414(p)/2722-4406(e)

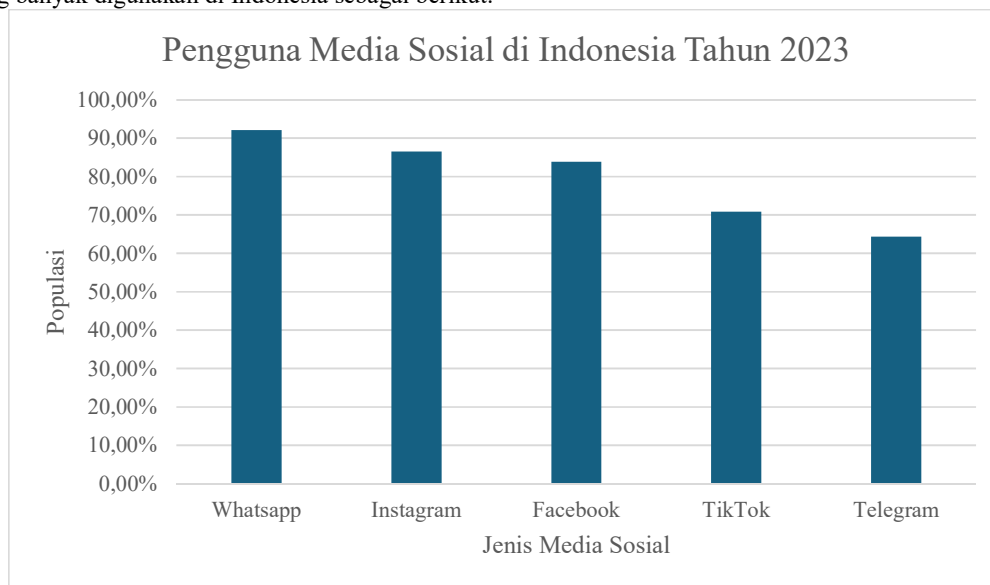
<https://journal.akb.ac.id/>

**I. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi saat ini membawa perubahan pada banyak sektor. Salah satu contoh bentuk perkembangan teknologi adalah digitalisasi pada bidang informasi, komunikasi, dan promosi. Sebagai contoh pada sektor informasi, pada zaman dahulu proses penyampaian informasi sangat lama karena terkendala oleh jarak, waktu, dan fasilitas yang tersedia. Sedangkan saat ini dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat proses penyampaian informasi sangat cepat dan mudah. Sektor lain yang terpengaruh akan perkembangan teknologi yang sangat pesat adalah sektor komunikasi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi dalam hal komunikasi adalah media sosial yang semakin banyak jenisnya saat ini.

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial (Alfajri et al., 2019). Kaplan dan Haenlin dalam (Untari & Fajariana, 2018) mendefinisikan media sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Dengan kata lain media sosial adalah sebuah *platform* digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk membuat pengenalan profil diri atau berinteraksi dengan pengguna lain baik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Dengan adanya media sosial komunikasi menjadi lebih mudah. Selain menjadi tempat mengekspresikan diri, media sosial dapat juga digunakan untuk menjadi media pemasaran yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Saat ini media sosial digunakan sebagai alat pemasaran dalam sebuah bisnis (Qolbi, 2021). Terlebih bagi perusahaan *startup* atau perusahaan yang baru dirintis.

Menurut (Judijanto et al., 2024) perusahaan *startup* adalah istilah untuk kegiatan bisnis atau perusahaan yang baru dibangun atau sedang dirintis atau dalam masa tahap awal pengembangan bisnis, sehingga sering disebut sebagai perusahaan rintisan. Perusahaan yang sedang dibangun tersebut memanfaatkan sebesar-besarnya inovasi dalam bidang teknologi untuk meningkatkan proses penciptaan nilai tambah dari bisnis yang dijalankan. Menurut data pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 167 juta atau setara dengan 60,4% dari jumlah penduduk di Indonesia. Dengan rata-rata waktu yang dipakai untuk menggunakan media sosial 3 jam, 18 menit. Pada tahun 2023 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia sebagai berikut:



Sumber : Riyanto, 2023

Gambar 1 Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023

Dari data di atas dapat dilihat bahwa, media sosial Instagram masih termasuk peringkat 5 besar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2023. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat menjadi media yang strategis untuk pemasaran suatu perusahaan karena pengguna aktifnya yang tergolong banyak, dapat menjangkau pasar yang lebih luas, biaya yang dibutuhkan tergolong minim sehingga tidak membebani perusahaan *startup*.

PT Pateron Edukasi Indonesia merupakan perusahaan *startup edutech* yang menawarkan pengalaman belajar baru yang lebih efektif dan efisien sehingga siswa tidak menghabiskan banyak waktu untuk belajar. PT Pateron Edukasi Indonesia beralamatkan di Jl. Seruni No. 45 Kota Blitar. PT Pateron Edukasi Indonesia menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu media untuk promosi. Salah satu akun instagram yang dimiliki PT Pateron Edukasi Indonesia adalah “@pateron.blitar”.

Untuk memanfaatkan media sosial Instagram, PT Pateron Edukasi Indonesia memiliki *daily content* untuk diposting pada Instagram “@pateron.blitar”. Akan tetapi dalam pembuatan *daily content* tersebut PT Pateron Edukasi Indonesia belum memperhatikan *insight* yang dihasilkan oleh *daily content* tersebut. Sehingga *insight* yang dihasilkan dari *daily content* tersebut belum optimal dan jenis konten yang digunakan masih belum terencana. *Insight* sendiri merupakan sebuah fitur yang disediakan oleh instagram untuk memudahkan penggunaannya menganalisis performa yang dihasilkan

oleh postingannya seperti berapa jumlah *like*, jumlah komen, jumlah *save*, jumlah akun yang dijangkau, jumlah akun yang mengunjungi profil, dan jumlah akun yang mengikuti setelah melihat postingan. Dengan mengetahui *insight* Instagram, PT Pateron Edukasi Indonesia dapat menggunakan hasil tersebut sebagai pertimbangan dalam menentukan jenis konten ke depannya sehingga penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih luas untuk merencanakan sebuah konten. Penelitian ini secara luas dapat juga menjadi acuan dalam menentukan jenis postingan yang dapat menarik konsumen terlebih bagi perusahaan *startup* yang menggunakan media sosial instagram dalam melakukan promosi.

## II. MATERIAL DAN METODE

### MATERIAL

#### A. Definisi *Insight* Instagram

*Insight* instagram adalah *tools* analitik dari Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk melacak performa dan kinerja akun mereka. Mulai dari melihat berbagai metrik, seperti jumlah tayangan, interaksi pengguna, dan pertumbuhan pengikut (Lawrence, 2023).

#### B. Manfaat *Insight* Instagram

Berikut 3 manfaat yang bisa pengguna dapatkan dari *Insight* Instagram menurut (Lawrence, 2023):

##### 1. Mengetahui karakteristik *follower*

Mengetahui karakteristik *follower* sangat penting. Dengan *tools* ini, dapat mengetahui jenis konten yang paling diminati, produk yang cocok untuk dijual, dan strategi yang tepat. Misalnya, jika *audiens* pengguna adalah wanita, maka lebih baik mendistribusikan lebih banyak konten seputar wanita dan sebaliknya.

##### 2. Menilai efektivitas konten

Tidak semua konten diminati oleh *audiens*. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan konten yang memiliki performa terbaik atau *engagement* tertinggi. Melalui *tools* ini, pengguna dapat menemukan data yang sangat detail, sehingga memungkinkan pengguna untuk mengambil keputusan yang tepat terkait jenis konten yang akan pengguna buat selanjutnya. Selain itu, pengguna juga bisa menghentikan produksi konten dengan performa rendah.

##### 3. Evaluasi strategi pemasaran di instagram

Dengan *Insight* Instagram, pengguna dapat mengukur efektivitas konten pada skala mingguan atau bulanan. Dengan demikian, pengguna dapat mengetahui sejauh mana target pemasaran yang telah dicapai. Jika hasilnya tidak memuaskan, maka perlu dilakukan evaluasi besar-besaran untuk menemukan letak kesalahan.

#### C. Fitur *Insight* Instagram

Berikut fitur-fitur penting yang dapat dilihat pada *insight* instagram menurut (Lawrence, 2023):

##### 1. *Activity*

Pada fitur *activity*, pengguna bisa mendapatkan data jumlah interaksi yang pengguna Instagram lain lakukan terhadap akun pengguna. Selain itu, pengguna juga dapat menemukan data tentang jumlah akun *audiens* yang mampu konten pengguna jangkau.

##### 2. *Content*

Di dalam fitur *content*, pengguna akan mendapatkan rangkuman semua konten yang pernah pengguna unggah beserta data akun Instagram *audiens* yang telah melihat postingan pengguna. Selain itu, ada juga informasi perihal jumlah akun yang telah membagikan postingan *story*, *reels*, maupun *feed* pada akun pribadi mereka serta total akun yang menyimpan postingan pengguna.

##### 3. *Feed post*

Pada *feed post*, pengguna akan memperoleh data yang lebih spesifik perihal interaksi *audiens* terhadap postingan *feed* pengguna, seperti berikut:

a. *Comments* yaitu jumlah komentar pengguna lain terhadap setiap postingan *feed*.

b. *Like* yaitu jumlah akun yang menekan tombol *like* pada setiap postingan konten *feed*.

c. *Engagement* yaitu jumlah akumulasi dari total *like*, *comment*, dan *saved* postingan.

d. *Emails* yaitu jumlah akun pengguna yang menekan tombol email pada profil akun instagram.

e. *View* dan *Impressions* yaitu jumlah penayangan konten *feed*.

f. *Reach* yaitu jumlah akun pengguna yang telah melihat postingan *feed*.

g. *Website clicks* yaitu jumlah akun *audiens* yang klik tombol tautan *link website* pada profil akun instagram.

h. *Follow* yaitu pergerakan jumlah pengikut setelah mereka melihat postingan, berkurang atau bertambah.

i. *Saved* yaitu jumlah akun yang menekan tombol simpan pada setiap postingan *feed*.

j. *Calls* yaitu jumlah akun yang menekan tombol telepon atau *Call* pada laman profil instagram.

k. *Get direction* yaitu jumlah akun pengguna yang klik tombol *get direction*.

l. *Profile visit* yaitu jumlah akun yang telah mengunjungi profil akun instagram setelah mereka melihat konten *feed*.

m. *Texts* yaitu jumlah akun yang mengirimkan pesan setelah melihat konten *feed*.

##### 4. *Interactions*

Fitur *interactions* dapat menampilkan total interaksi antara *followers* atau target *audiens* terhadap postingan dalam satu minggu. Sehingga, pengguna bisa menganalisa semua data tersebut untuk mendapatkan jenis konten yang

mampu menghasilkan banyak interaksi. Selain itu, data yang ada pada *interactions* juga berguna untuk melihat grafik *engagement* pada akun instagram.

5. *Audience*

Pada fitur *audience* terdapat data jenis kelamin, letak geografis, dan umur pengikut akun. Bahkan, pengguna juga dapat melihat rata-rata waktu *followers* mengunjungi akun instagram dalam tampilan grafik yang akan tersaji secara otomatis. Melalui grafik tersebut, pengguna bisa mengetahui data lebih rinci dengan cara klik bagian grafik yang hendak pengguna lihat.

6. *Discovery*

Di dalam *discovery*, pengguna dapat melihat performa akun dengan memakai matriks pemasaran, yakni *impression* dan *reach* sebagai parameter pemasaran digital. Sehingga, pengguna bisa melihat perbandingan keduanya.

7. *Stories*

Khusus fitur *stories*, data *insight* yang tersedia hanya bisa pengguna lihat dalam kurun waktu 24 jam, 1 minggu, dan 2 minggu. Berikut beberapa data yang tampil pada *stories* yang membedakannya dengan *Feed Post*:

- a. *Back* yaitu jumlah akun yang menekan layar demi melihat ulang konten *story*.
- b. *Forwards* yaitu jumlah tap layar oleh akun pengguna yang ingin melihat *story* berikutnya.
- c. *Next Story* yaitu jumlah akun yang tidak tertarik untuk melihat postingan *story* pengguna dan memutuskan beralih pada postingan *story* akun lain.
- d. *Exited* yaitu jumlah klik kembali sebelum akun pengguna meninggalkan postingan *story*.
- e. *Link Opens* yaitu jumlah pengguna yang klik atau mengunjungi *link* yang ada pada *story*.
- f. *Replies* yaitu jumlah balasan yang pengguna terima dari *story*.

8. *Promotion*

Fitur *promotion* berfungsi untuk menampilkan performa dari postingan *story* atau *feed* yang pengguna iklankan, seperti berikut:

- a. *Audience Demographic* yaitu menampilkan data usia, jenis kelamin, dan lokasi akses iklan.
- b. *Impression* yaitu jumlah penayangan konten iklan.
- c. *Profile Visit* yaitu jumlah akun *audiens* yang mengunjungi profil akun Instagram pengguna setelah melihat postingan iklan.
- d. *Engagement* yaitu akumulasi dari jumlah *like*, komentar, dan akun yang menyimpan postingan.
- e. *Reach* yaitu jumlah akun yang sudah melihat postingan konten iklan pengguna.

D. Cara Membaca *Insight*

Berikut beberapa cara membaca *insight* pada postingan *feeds* instagram menurut (Tripusparini, 2023):

1. *Likes* menunjukkan berapa banyak pengguna instagram yang menyukai postingan
2. *Comments* menunjukkan jumlah komentar yang ada pada postingan
3. *Saved* menunjukkan jumlah pengguna instagram yang menyimpan postingan
4. *Share* menunjukkan jumlah pengguna instagram yang membagikan postingan
5. *Profile visits* menunjukkan jumlah akun yang mengunjungi profil bisnis setelah melihat postingan *feeds*.
6. *Call* menunjukkan berapa kali *followers* menekan tombol *call* yang ada pada profil instagram.
7. *Email* menunjukkan berapa kali *followers* menekan tombol *email* yang ada pada profil instagram.
8. *Websites clicks* menunjukkan berapa kali *followers* menekan link yang ada pada profil instagram.
9. *Follows* menunjukkan jumlah akun yang *follow* setelah melihat postingan.
10. *Reach* menunjukkan jumlah total akun instagram yang melihat postingan.
11. *Engagement* menunjukkan jumlah keseluruhan dari *likes*, *comments*, dan *save*.
12. *Impressions* menunjukkan berapa kali konten postingan dilihat oleh pengguna lain.

**METODE**

Penelitian dilakukan pada Instagram milik PT Pateron Edukasi Indonesia dengan *username* “@pateron.blitar” sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang meneliti fenomena pengaruh jenis postingan terhadap *insight* postingan Instagram PT Pateron Edukasi Indonesia. Menurut Sukmadinata dalam (Rukajat, 2018) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan yaitu pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data (Siyoto & Sodik, 2015) terhadap akun Instagram PT Pateron Edukasi Indonesia. Observasi dilakukan terhadap postingan dalam kurun waktu bulan Desember 2023 sampai bulan April 2024. Selain observasi, dokumentasi juga dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Siyoto & Sodik, 2015).

Teknik analisis data dilakukan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian menurut Creswell dalam (Ulfa et al., 2022). Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif, yang dilakukan setelah seluruh data yang diperlukan terkumpul secara lengkap untuk memecahkan permasalahan dan mendapatkan suatu kesimpulan. Setelah dianalisis data disajikan dengan dikemas secara visual sedemikian sehingga data lebih mudah dipahami (Handayani, 2023). Tujuannya

adalah agar data statistik dapat mudah dimengerti, mudah dianalisis, sehingga proses pengambilan kesimpulan dan keputusan berdasarkan data menjadi lebih akurat. Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif dan tabel supaya dapat dengan mudah dipahami.

### III. HASIL

PT Pateron Edukasi Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mengoptimalkan *digital marketing*. Dalam pemanfaatan media sosial Instagram, PT Pateron Edukasi Indonesia telah memposting beberapa jenis konten. Berdasarkan hasil observasi, *daily content* yang di-*upload* adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Jenis Postingan yang di-*upload* pada Instagram @pateron.blitar

| Postingan <i>feed</i> | Tanggal <i>upload</i> | Jenis postingan                |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|
| Postingan 1           | 4 Desember 2023       | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 2           | 5 Desember 2023       | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 3           | 5 Desember 2023       | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 4           | 6 Desember 2023       | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 5           | 7 Desember 2023       | <i>Daily content</i> informasi |
| Postingan 6           | 8 Desember 2023       | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 7           | 11 Desember 2023      | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 8           | 12 Desember 2023      | <i>Daily content</i> informasi |
| Postingan 9           | 13 Desember 2023      | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 10          | 14 Desember 2023      | <i>Daily content</i> soal      |
| Postingan 11          | 16 Desember 2023      | Informasi promo                |
| Postingan 12          | 3 Januari 2024        | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 13          | 19 Januari 2024       | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 14          | 24 Januari 2024       | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 15          | 26 Februari 2024      | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 16          | 19 Maret 2024         | Informasi <i>event</i>         |
| Postingan 17          | 27 Maret 2024         | Informasi promo                |
| Postingan 18          | 19 April 2024         | Informasi promo                |

Berdasarkan data di atas PT Pateron Edukasi Indonesia telah memposting sebanyak 18 konten. Jenis-jenis postingan yang digunakan dalam *feed* Instagram tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *Daily content* soal  
 Konten ini meliputi konten *quiz* atau soal tentang mata pelajaran di sekolah, pengetahuan umum, wawasan kebangsaan, dan bahasa. Jenis postingan ini telah diposting sebanyak 7 kali selama masa observasi.
2. *Daily content* informasi  
 Konten ini meliputi konten tentang informasi seputar dunia pendidikan, fakta menarik, dan tips belajar. Jenis postingan ini telah diposting sebanyak 2 kali selama masa observasi.
3. Informasi *event*  
 Konten ini meliputi konten yang memuat informasi tentang *event* yang akan diadakan oleh PT Pateron Edukasi Indonesia (*event* olimpiade *offline* maupun *online*, *trial class*, simulasi tes masuk kampus, dan *tryout*). Jenis postingan ini telah diposting sebanyak 6 kali selama masa observasi.
4. Informasi promo  
 Konten ini meliputi konten yang memuat informasi tentang promo-promo menarik yang ditawarkan oleh PT Pateron Edukasi Indonesia. Jenis postingan ini telah diposting sebanyak 3 kali selama masa observasi.

Salah satu fitur yang dimiliki Instagram yaitu *insight* postingan yang dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi suatu jenis konten. Pada *insight* Instagram dapat dilihat jumlah *like* atau jumlah akun yang menekan tombol *like* pada setiap postingan konten *feed*, jumlah *comment* atau jumlah komentar pengguna lain terhadap setiap postingan *feed*, jumlah *share* atau jumlah pengguna instagram yang membagikan postingan, jumlah *save* atau jumlah pengguna instagram yang menyimpan postingan, jumlah akun yang dijangkau atau jumlah total akun instagram yang melihat postingan, jumlah akun yang berinteraksi atau jumlah keseluruhan dari *likes*, *comments*, dan *save*, jumlah akun yang mengunjungi profil atau jumlah akun yang mengunjungi profil setelah melihat postingan *feeds* dan jumlah akun yang mengikuti atau jumlah akun yang *follow* setelah melihat postingan. Berikut hasil pengamatan penulis terhadap *insight* pada postingan *feed* instagram milik PT Pateron Edukasi Indonesia:

Tabel 2 *Insight* setiap postingan *feed* instagram

| Jenis postingan                            | Jumlah <i>like</i> | Jumlah <i>comment</i> | Jumlah <i>share</i> | Jumlah <i>save</i> | Jumlah akun yang dijangkau | Jumlah akun yang berinteraksi | Jumlah akun yang mengunjungi profil | Jumlah akun yang mengikuti |
|--|--------------------|-----------------------|---------------------|--------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| Postingan 1 <i>daily content</i> soal      | 7                  | 3                     | 0                   | 0                  | 392                        | 9                             | 1                                   | 0                          |
| Postingan 2 <i>daily content</i> soal      | 7                  | 2                     | 0                   | 0                  | 368                        | 8                             | 0                                   | 0                          |
| Postingan 3 informasi <i>event</i>         | 8                  | 0                     | 0                   | 0                  | 504                        | 9                             | 1                                   | 0                          |
| Postingan 4 <i>daily content</i> soal      | 4                  | 2                     | 0                   | 0                  | 337                        | 6                             | 3                                   | 0                          |
| Postingan 5 <i>daily content</i> informasi | 20                 | 0                     | 0                   | 3                  | 328                        | 23                            | 1                                   | 0                          |
| Postingan 6 <i>daily content</i> soal      | 6                  | 1                     | 0                   | 0                  | 317                        | 8                             | 1                                   | 0                          |
| Postingan 7 <i>daily content</i> soal      | 10                 | 1                     | 0                   | 0                  | 374                        | 11                            | 1                                   | 0                          |
| Postingan 8 <i>daily content</i> informasi | 8                  | 0                     | 0                   | 1                  | 231                        | 9                             | 0                                   | 0                          |
| Postingan 9 <i>daily content</i> soal      | 14                 | 4                     | 0                   | 1                  | 572                        | 19                            | 5                                   | 2                          |
| Postingan 10 <i>daily content</i> soal     | 11                 | 1                     | 0                   | 0                  | 466                        | 12                            | 1                                   | 0                          |
| Postingan 11 informasi promo               | 2                  | 0                     | 0                   | 0                  | 203                        | 2                             | 0                                   | 0                          |
| Postingan 12 informasi <i>event</i>        | 6                  | 0                     | 1                   | 1                  | 390                        | 8                             | 4                                   | 0                          |
| Postingan 13 informasi <i>event</i>        | 5                  | 0                     | 0                   | 0                  | 258                        | 6                             | 4                                   | 0                          |
| Postingan 14 informasi <i>event</i>        | 2                  | 0                     | 0                   | 0                  | 226                        | 2                             | 2                                   | 0                          |
| Postingan 15 informasi <i>event</i>        | 0                  | 0                     | 0                   | 0                  | 175                        | 0                             | 1                                   | 0                          |

| Jenis postingan              | Jumlah like | Jumlah comment | Jumlah share | Jumlah save | Jumlah akun yang dijangkau | Jumlah akun yang berinteraksi | Jumlah akun yang mengunjungi profil | Jumlah akun yang mengikuti |
|------------------------------|-------------|----------------|--------------|-------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| Postingan 16 informasi event | 1           | 0              | 0            | 1           | 226                        | 2                             | 1                                   | 0                          |
| Postingan 17 informasi promo | 4           | 0              | 0            | 0           | 154                        | 4                             | 2                                   | 0                          |
| Postingan 18 informasi promo | 5           | 0              | 0            | 0           | 162                        | 5                             | 3                                   | 0                          |
| Total                        | 120         | 14             | 1            | 7           | 5683                       | 143                           | 31                                  | 2                          |

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap jumlah *like*, terdapat tiga postingan dengan jumlah *like* terbanyak antara lain:

1. postingan 5 dengan jenis postingan *daily content* informasi memiliki jumlah 20 *like*,
2. postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal memiliki jumlah 14 *like*,
3. postingan 10 dengan jenis postingan *daily content* soal memiliki jumlah 11 *like*.

Pengamatan terhadap jumlah *comment* terbanyak antara lain:

1. postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal memiliki jumlah *comment* 4,
2. postingan 1 dengan jenis postingan *daily content* soal memiliki jumlah *comment* 3,
3. postingan 2 dan 4 dengan jenis postingan *daily content* soal memiliki jumlah *comment* masing-masing 2.

Untuk postingan 12 dengan jenis postingan informasi *event* memiliki jumlah *share* terbanyak dengan jumlah 1 *share*.

Terakhir untuk postingan dengan jumlah *save* terbanyak antara lain:

1. postingan 5 dengan jenis postingan *daily content* informasi memiliki jumlah *save* sebanyak tiga kali dan
2. postingan 8 dengan jenis postingan *daily content* informasi, postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal, postingan 12 dengan jenis postingan informasi *event*, dan postingan 16 dengan jenis postingan informasi *event* masing-masing memiliki jumlah *save* 1.

Selanjutnya berdasarkan pengamatan berdasarkan jumlah jangkauan akun terbanyak, terdapat tiga postingan yang paling banyak berhasil menjangkau akun, yaitu:

1. postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 572 akun,
2. postingan 3 dengan jenis postingan informasi *event* sebanyak 504 akun,
3. postingan 10 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 466 akun.

Berdasarkan jumlah akun yang berinteraksi terbanyak antara lain:

1. postingan 5 dengan jenis postingan *daily content* informasi sebanyak 23 akun yang berinteraksi,
2. postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 19 akun yang berinteraksi,
3. postingan 10 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 12 akun yang berinteraksi.

Selanjutnya jumlah pengunjung terbanyak yang berasal dari postingan yang di-*upload* diperoleh tiga postingan terbanyak yaitu:

1. postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 5 akun yang mengunjungi profil,
2. postingan 12 dan 13 dengan jenis postingan informasi *event* masing-masing 4 akun yang mengunjungi profil,
3. postingan 4 dengan jenis postingan *daily content* soal dan postingan 18 dengan jenis postingan informasi promo masing-masing jenis postingan memiliki 3 akun yang mengunjungi profil.

Terakhir, untuk postingan dengan jumlah akun yang mengikuti terbanyak adalah postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal sebanyak 2 akun.

Secara keseluruhan, hasil pengamatan terhadap *insight* dari postingan *feed* instagram PT Pateron Edukasi Indonesia dalam kurun waktu *upload* postingan *feed* instagram bulan Desember 2023 sampai bulan April 2024, dapat diketahui bahwa setiap jenis postingan menghasilkan *insight* yang berbeda. Untuk konten yang memiliki jumlah *like* terbanyak adalah postingan 5 dengan jenis postingan *daily content* yang memuat informasi seputar jurusan langka di perguruan tinggi. Untuk konten yang memiliki jumlah *comment* terbanyak adalah postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal yang membahas tentang soal matematika. Untuk konten yang memiliki jumlah *share* terbanyak adalah postingan 12 dengan jenis postingan informasi *event* yang memuat informasi seputar *event offline* yang diadakan PT Pateron Edukasi Indonesia. Untuk konten yang memiliki jumlah *save* terbanyak adalah postingan 5 dengan jenis postingan *daily content* informasi yang membahas seputar jurusan kuliah yang langka di Indonesia. Selanjutnya untuk jenis konten yang memiliki jangkauan akun terbanyak adalah postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal matematika mampu menjangkau 572 akun.

Untuk konten yang memiliki jumlah akun yang berinteraksi terbanyak adalah postingan 5 dengan jenis konten *daily content* informasi yang memuat informasi seputar jurusan kuliah langka di Indonesia dengan jumlah akun yang berinteraksi sebanyak 23 akun. Untuk postingan yang memiliki jumlah pengunjung profil setelah melihat postingan terbanyak adalah postingan 9 memiliki jumlah 5 akun yang mengunjungi profil dengan jenis postingan *daily content* soal yang membahas soal matematika. Selanjutnya untuk konten yang memiliki jumlah pengikut pada profil setelah melihat postingan terbanyak adalah postingan 9 dengan jenis postingan *daily content* soal matematika memiliki 2 akun yang mengikuti profil setelah melihat postingan.

Postingan dengan jenis *daily content* soal memiliki *insight* yang tinggi jika dibandingkan dengan jenis postingan yang lain. Berdasarkan hasil tersebut, dalam perencanaan konten Instagram PT Pateron Edukasi Indonesia dapat memperbanyak jadwal jenis postingan yang di-*upload* pada *feed* instagram dan menyisipi postingan yang lain seperti *daily content* informasi, informasi *event*, dan informasi promo yang ditawarkan PT Pateron Edukasi Indonesia. Dengan disisipkannya jenis postingan yang lain dapat membuat konten pada *feed* instagram “pateron.blitar” lebih variatif dan tidak monoton. Sebagai contoh dalam waktu *upload* satu minggu dan satu hari satu jenis postingan, jenis postingan *daily content* soal dapat di-*upload* sebanyak 4 kali *upload* dengan disisipkan jenis postingan yang lain.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai deskripsi *insight* instagram berdasarkan jenis postingan instagram “pateron.blitar” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam kurun waktu bulan Desember 2023 sampai bulan April 2024 instagram milik PT Pateron Edukasi Indonesia dengan *username* “pateron.blitar” melakukan 18 kali *upload* konten dengan dengan rincian jenis postingan 7 jenis postingan *daily content* soal, 2 jenis postingan *daily content* informasi, 6 jenis postingan informasi *event*, 3 jenis postingan informasi promo.
2. *Insight* yang dihasilkan oleh setiap jenis postingan yang di-*upload* pada instagram “pateron.blitar” memiliki perbedaan. Jenis postingan *feed* instagram *daily content* soal memiliki *insight* yang tinggi jika dibandingkan dengan jenis postingan yang lain.
3. Setelah mengetahui deskripsi *insight* terhadap suatu jenis postingan, setiap jenis postingan menghasilkan *insight* postingan yang berbeda-beda. Jenis postingan *daily content* soal memiliki rata-rata *insight* yang tinggi. Oleh karena itu, untuk perencanaan konten selanjutnya dapat diperbanyak konten dengan jenis postingan *daily content* soal dengan disisipkan jenis konten yang lain agar variatif dan tidak monoton. Sebagai contoh dalam waktu *upload* satu minggu dan satu hari satu jenis postingan, jenis postingan *daily content* soal dapat di-*upload* sebanyak 4 kali *upload* dengan disisipkan jenis postingan yang lain.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Redman, P., & Maples, W. (2017, June 22). Good Essay Writing: A Social Sciences Guide.
- Qatawneh, A. M. (2023). Requirements of AIS in building modern operating business environment. *International Journal of Business Information Systems*, 44(3), 422–441. <https://doi.org/10.1504/ijbis.2023.134957>
- Serrano, Jamie. Why Online Shopping Is Tanking Your Mental Health. (2030, January 1). TIME. <https://time.com/6910169/is-online-shopping-bad-for-you/>
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Handayani, L. T. (2023). *Buku Ajar Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif (Penelitian Kesehatan)*. PT.Scifintech Andrew Wijaya. <https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ>
- Judijanto, L., Karmagatri, M., MA, M. L., Sepriano, S., Pipin, S. J., Erwin, E., Indrayani, N., Nugraha, U., Lukmana, H. H., & Efitra, E. (2024). *PENGEMBANGAN STARTUP DIGITAL : Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Green Pustaka Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=z9DrEAAAQBAJ>
- Lawrence, A. (2023). *Apa Itu Insight Instagram? Manfaat, Fitur, dan Cara Mengaktifkannya*. Makinrajin.Com. <https://makinrajin.com/blog/insight-instagram/>
- Qolbi, A. A. (2021). Analisis Perbedaan Jenis Konten dan Hari Posting terhadap Online Engagement Media Sosial Instagram ( Healgo ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18.
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ>



- Tripusparini, E. (2023). *Cara Melihat dan Membaca Insight Instagram*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/cara-membaca-data-instagram-insight/>
- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, R., Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *RAGAM ANALISIS DATA PENELITIAN (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press. <https://books.google.co.id/books?id=WpSdEAAAQBAJ>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@subur\_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>