

Analisis Pengaruh Konten Postingan Akun Instagram Rupbasan Denpasar Dalam Membangun Engagement Followers

Putu Suci Arina Pramudita¹⁾, Ni Wayan Deriani²⁾, Tubagus Mahendra Kusuma³⁾

Bisnis Digital^{1),2),3)}

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 200050005@stikom-bali.ac.id¹⁾, deriani@stikom-bali.ac.id²⁾, mahendra_kusuma@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar atau Rupbasan Denpasar merupakan instansi yang bertanggung jawab untuk menyimpan benda-benda sitaan negara. Media sosial instagram digunakan sebagai platform penyebaran informasi, akan tetapi akun instagram milik instansi memiliki nilai engagement rate yang cukup rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten postingan instagram Rupbasan Denpasar dalam membangun engagement followers. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana. Penelitian ini menggunakan indikator elemen grafis konten, tipe postingan, dan content pillar. Responden dalam penelitian ini adalah pengikut akun instagram Rupbasan Denpasar. Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu konten postingan instagram berpengaruh secara positif signifikan terhadap engagement followers, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Penyebab rendahnya engagement rate karena konten kurang menarik, monoton, dan terlalu formal. Konten yang paling efektif untuk instagram Rupbasan Denpasar yaitu untuk tipe postingan terdiri dari (1) konten reels, dan (2) konten feeds. Content pillar terdiri dari yaitu (1) konten informatif, (2) konten edukatif, dan (3) konten hiburan. Isi konten yaitu (1) konten layanan Rupbasan dan (2) Konten kebijakan dan kegiatan Kemenkumham.

Kata kunci: Kuantitatif, Instagram, Konten, Engagement

1. Pendahuluan

Instagram merupakan platform berbagi foto dan video instan yang cukup populer di kalangan masyarakat. Berdasarkan laporan Napoleon Cat, pengguna instagram di Indonesia terjadi peningkatan menjadi 92,53 juta pengguna pada kuartal IV tahun 2021 [1]. Adapun fitur instagram antara lain feed instagram, story, reels, IG TV, dan IG live yang membuat aplikasi ini semakin digemari [2]. Semua fitur tersebut diunggah di instagram dalam bentuk sebuah konten visual (foto, video, desain grafis) yang terdiri dari komponen konten visual ((tipografi, ilustrasi, warna, dan layout) [3]. Konten diartikan sebagai suatu bentuk penyampaian informasi kepada khalayak melalui media digital. [4] Dari konten yang diunggah inilah akan membentuk interaksi antar pengguna seperti menyukai mengomentari, dan saling membagikan konten atau bahkan mengikuti akun pengguna. Engagement dapat diartikan sebagai partisipasi pemirsa (keterlibatan) melalui interaksi di media sosial [5].

Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar atau sering disingkat Rupbasan Denpasar merupakan instansi yang bertanggung jawab atas penyimpanan benda sitaan di seluruh Bali yang berada dibawah naungan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Bali [6]. Instansi ini terus menunjukkan eksistensinya di dunia maya melalui laman instagram mereka yaitu @Rupbasandenpasar. Akun instagram @Rupbasandenpasar memiliki 993 pengikut, dengan jumlah postingan sebanyak 1.495 postingan. Data ini diambil pada tanggal 31 Maret 2023. Berdasarkan data yang diperoleh dari platform phlanx.com yaitu platform digital sebagai social media analytics tools untuk menganalisis engagement rate dari media sosial instagram [7]. Engagement rate dihitung dengan membandingkan jumlah suka dan komentar dengan jumlah followers instagram [8]. Berdasarkan analisis pada phlanx.com dapat diketahui bahwa akun instagram @Rupbasandenpasar memiliki engagement rate begitu rendah. Dengan jumlah 993 followers yang dimiliki, nilai engagement rate yang diperoleh hanya sebesar 1,90%. Hal ini didukung dengan rata-rata likes per postingan hanya sebesar 20 likes dan bahkan tidak ada rata-rata komentar per postingan. Rendahnya angka engagement rate dengan jumlah followers yang cukup banyak menunjukkan rendahnya tingkat engagement followers.

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Konten Postingan Akun Instagram Rupbasan Denpasar Dalam Membangun Engagement Followers” dilakukan untuk menganalisis pengaruh konten instagram Rupbasan denpasar dalam membangun engagement followers. Selain itu, dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui penyebab rendahnya engagement rate instagram serta konten yang paling diminati oleh para pengikut. Sehingga nantinya dapat memberikan rekomendasi konten yang tepat untuk membangun engagement followers instagram Rupbasan Denpasar.

2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linier sederhana [9]. Jumlah responden dalam penelitian ini ialah 92 responden yang merupakan pengikut akun instagram Rupbasan Denpasar. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu purposive sampling dimana jumlah sampel ditentukan dengan rumus sampel slovin. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, kuesioner, dan studi pustaka [10].

a. Metode Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan linear variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat beberapa tahap pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji dilanjutkan dengan uji analisis regresi linier sederhana. Setelah itu dilakukan uji hipotesis yaitu uji-t dan uji koefisien determinasi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kebenaran dan ketepatan instrument sehingga dapat dikatakan valid. Data dikatakan valid jika nilai korelasi pearson product moment lebih besar dari nilai r-tabel (40). Nilai r-tabel dari perhitungan $92-2 = 90$ dengan signifikansi 0,05 diperoleh sebesar 0,205. Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Konten Postingan Instagram (X)			
No. Item	Corelate	r-tabel	Keterangan
1	0,793	0,205	Valid
2	0,728	0,205	Valid
3	0,684	0,205	Valid
4	0,727	0,205	Valid
5	0,771	0,205	Valid
6	0,809	0,205	Valid
7	0,744	0,205	Valid
8	0,779	0,205	Valid
9	0,725	0,205	Valid
10	0,704	0,205	Valid
11	0,661	0,205	Valid
12	0,706	0,205	Valid
Engagement Followers (Y)			
No. Item	Corelate	r-tabel	Keterangan
1	0,627	0,205	Valid
2	0,79	0,205	Valid
3	0,848	0,205	Valid
4	0,876	0,205	Valid
5	0,758	0,205	Valid
6	0,84	0,205	Valid
7	0,91	0,205	Valid
8	0,905	0,205	Valid

3.2 Uji Reliabilitas

Data dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas alpha cronbach lebih dari 0,70 ($\alpha > 0,70$). Nilai *cronbach's alpha* dari variabel X dan Y pada penelitian ini lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dikatakan data reliabel.

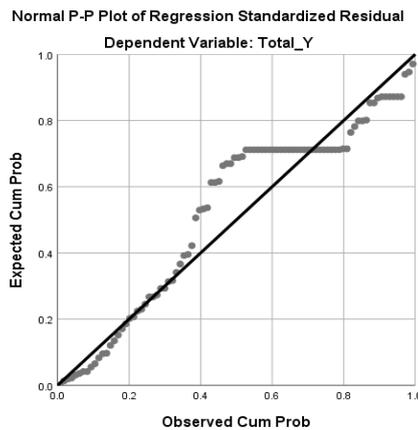
Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	ri	cut-off	Keterangan
Konten Postingan Instagram (X)	0,923	0,7	Reliabel
Engagement Followers (Y)	0,932	0,7	Reliabel

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini akan dilakukan dengan menggunakan *Normal P-Plot of Regression* dengan mengamati hasil grafik.



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Berdasarkan hasil uji dengan *Normal P-Plot of Regression* menunjukkan bahwa titik-titik terletak pada garis diagonal dari ujung kiri bawah grafik hingga ujung kanan grafik. Sehingga data yang digunakan pada penelitian kali ini berdistribusi secara normal.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

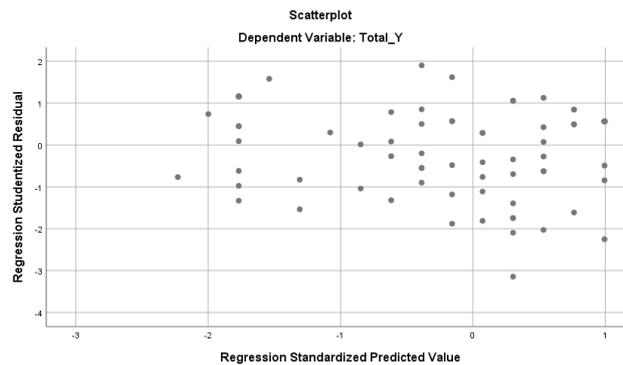
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-8.240	3.044			
Total_X	.805	.069	.774	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*). Berdasarkan uji yang telah dilakukan, seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Maka, dapat diketahui bahwa data akan menghasilkan model regresi yang terbebas dari multikolinieritas.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati hasil grafik *Scatterplot* jika titik-titik yang dihasilkan tidak membentuk pola bergelombang melainkan titik-titik menyebar baik di atas maupun di bawah angka nol. Sehingga dapat diketahui bahwa data terbebas dari heteroskedastisitas.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Hasil analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1 (Constant)	-8.240	3.044	-2.707	.008
Total_X	.805	.069	11.609	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Persamaan Regresi Linier Sederhana:

$$Y = -8,240 + 0,805X$$

Dari persamaan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa nilai konstanta variabel *engagement followers* sebesar -8,240 ketika variabel konten postingan instagram sama dengan nol. Nilai koefisien regresi sebesar 0,805 artinya variabel konten postingan instagram (X) berpengaruh secara positif terhadap variabel *engagement followers* (Y).

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji T

Dasar pengambilan keputusan pada uji-t yaitu nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ tabel. Diperoleh nilai t -tabel sebesar 1,987. Merujuk pada tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai t -hitung pada variabel X adalah sebesar $11,609 > 1,987$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel konten postingan instagram berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *engagement followers*.

3.5.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besaran variasi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.595	2.874

a. Predictors: (Constant), Total_X

b. Dependent Variable: Total_Y

Dari hasil uji diperoleh koefisien R Square (R^2) sebesar 0.600 yang menandakan besarnya variasi yang diberikan oleh Variabel Konten Postingan Instagram terhadap Variabel Engagement Followers adalah sebesar 60% sedangkan 40% lainnya dipengaruhi oleh variasi variabel di luar penelitian kali ini.

3.6 Konten yang Paling Diminati

Perolehan hasil kuesioner menunjukkan bahwa audiens lebih berminat terhadap konten video atau reels daripada konten berbentuk foto. Dimana, pada item pernyataan minat terhadap konten reels memperoleh jumlah jawaban sangat setuju sebesar 73%. Sedangkan item pernyataan minat terhadap konten gambar atau foto memperoleh jumlah jawaban sangat setuju sebesar 71%.

Perolehan hasil kuesioner terkait *content pillar* yang paling diminati menunjukkan bahwa audiens lebih berminat pada konten informatif dibandingkan konten edukatif. Pada item pernyataan minat terhadap konten informatif memperoleh jawaban 71% sangat setuju, lalu diikuti dengan minat terhadap konten edukatif dengan perolehan jawaban 66% sangat setuju.

Perolehan hasil kuesioner tahap terkait isi konten yang paling diminati oleh para pengikut yaitu konten layanan Rupbasan dengan presentase sebesar 40,2%. Konten yang paling diminati selanjutnya yakni kebijakan dan kegiatan Kementerian Hukum dan Ham dengan perolehan presentase sebesar 22,8% lalu diikuti dengan konten pemeliharaan rutin dengan perolehan presentase sebesar 10,9%.

Berikut merupakan hasil kuesioner tahap kedua terkait konten spesifik yang diminati oleh para pengikut.

Tabel 6. Konten yang Paling Diminati

Jenis Konten	Frekuensi	Presentase (%)
Layanan Rupbasan	37	40.2%
Kebijakan dan kegiatan Kemenkumham	21	22.8%
Pemeliharaan benda sitaan	10	10.9%
Kunjungan kerja	8	8.7%
Keluar-masuknya benda sitaan	8	8.7%
Kegiatan keseharian	5	5.4%
Register benda sitaan	2	2.2%
Rapat, monev, dan penguatan tugas instansi	1	1.1%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa alasan terbesar *followers* tidak mau berinteraksi adalah karena konten tidak menarik, monoton, dan terlalu formal dengan presentase 35,87%. Bagi para responden, konten instagram Rupbasan Denpasar dianggap membosankan karena menggunakan *template* yang cenderung sama, kurang kekinian, kurang *eye-catching*, isi konten yang dominan hanya kegiatan rutin yang general dan terlalu kaku seperti pemberitaan formal.

3.7 Pembahasan

3.7.1 Pengaruh Konten Postingan Instagram Terhadap *Engagement Followers*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa seluruh data dalam penelitian ini valid, reliabel, dan menghasilkan hasil regresi yang tidak bias. Variabel konten postingan instagram berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *engagement followers* dengan nilai koefisien regresi variabel X sebesar 0,805 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga, hipotesis alternatif diterima dan hipotesis 0 ditolak. Adapun besaran besaran variasi variabel X terhadap variabel Y sebesar 60% sedangkan 40% lainnya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

3.7.2 Penyebab Rendahnya *Engagement Rate* Instagram

Rendahnya *engagement rate* akun instagram @Rupbasandenpasar disebabkan karena kurangnya interaksi *followers* yang didasari pada alasan bahwa konten postingan instagram kurang menarik, monoton dan terlalu formal dengan perolehan presentase 35,87%. Postingan dianggap membosankan baik dari kegiatan maupun gaya konten, kurang kreatif dan menarik, serta terkesan formal. Selain itu, sebesar 16,3% *followers* merasa tidak memiliki kepentingan dan tidak ingin untuk berinteraksi pada tiap postingan akun instagram Rupbasan.

3.7.3 Konten yang Paling Diminati

Jenis postingan yang paling diminati responden yaitu konten berbentuk video dengan perolehan sangat setuju 73%, konten gambar atau foto dengan perolehan sangat setuju 71%. Selain itu, untuk *content pillar* yang paling diminati adalah konten informatif dengan perolehan 71% sangat setuju, lalu diikuti dengan konten edukatif dengan perolehan 66% sangat setuju. Adapun isi konten yang paling diminati yaitu konten layanan dan inovasi Rupbasan dengan presentase sebesar 40,2%. Konten yang paling diminati selanjutnya yakni kebijakan dan kegiatan Kementerian Hukum dan Ham dengan presentase sebesar 22,8%.

4 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditentukan kesimpulan sebagai berikut.

1. Konten postingan instagram berpengaruh secara positif signifikan terhadap Engagement Followers.
2. Penyebab rendahnya engagement rate instagram @Rupbasandenpasar yaitu kurangnya interaksi followers dikarenakan konten kurang menarik, terlalu monoton dan terkesan serius dengan presentase jawaban sebesar 35,87%.
3. Konten yang paling efektif dan diminati untuk instagram @Rupbasandenpasar yaitu:
 - a. Tipe postingan yang paling efektif dan diminati oleh para *followers* adalah konten yang disajikan dalam bentuk *reels* dengan perolehan 73% sangat setuju. Lalu diikuti dengan konten gambar atau *feeds* dengan perolehan 71% sangat setuju.
 - b. *Content pillar* atau tipe konten yang paling diminati oleh *followers* adalah konten informatif dengan perolehan 71% sangat setuju, lalu diikuti dengan konten edukatif dengan perolehan 66% sangat setuju.
 - c. Isi konten yang paling diminati oleh *followers* Rupbasan Denpasar adalah konten layanan Rupbasan dengan presentase 40,2%, lalu diikuti dengan konten kebijakan dan kegiatan Kemenkumham dengan presentase sebesar 22,8%

Daftar Pustaka

- [1] A. Mutia, "Pengguna Instagram Di Indonesia Bertambah 3,9 Juta Pada Kuartal Iv-2021," *Databoks*, P. 2021, 2022, [Online]. Available: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/01/10/Pengguna-Instagram-Di-Indonesia-Bertambah-39-Juta-Pada-Kuartal-Iv-2021>
- [2] F. T. Susilawaty, S. S. Wardanhi, F. A. Sudirman, And L. O. H. Halika, "Persuasi Fitur Instagram : Stay On Screen," *J. Ilmu Komun. Uho J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. Dan Inf.*, Vol. 7, No. 1, P. 107, Jan. 2022, Doi: 10.52423/Jikuho.V7i1.22539.
- [3] Martadi And N. F. Haidar, "Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement," *Barik*, Vol. 2, No. 2, Pp. 121–134, 2021, [Online]. Available: <https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jdkv/Article/View/41181>
- [4] D. Fazadina And I. Rachmawati, "Strategi Kreator Dalam Membuat Konten Instagram Studi Kasus Strategi Konten Kreator Akun Instagram @Brocode Barber," *Pros. Manaj. Komun.*, Vol. 6, No. 2, Pp. 216–219, 2020, [Online]. Available: <http://Dx.Doi.Org/10.29313/V6i2.22281>
- [5] D. A. Saraswati And C. Hastasari, "Strategi Digital Content Marketing Pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.Co Dalam Mempertahankan Brand Engagement," *Biokultur*, Vol. 9, No. 2, P. 152, 2020, Doi: 10.20473/Bk.V9i2.22980.
- [6] S. User, "Sejarah Rupbasan," *Rupbasandenpasar.Kemenkumham.Go.Id*, 2021. <https://Rupbasandenpasar.Kemenkumham.Go.Id/Profil/Sejarah-Rupbasan> (Accessed Apr. 04, 2023).
- [7] E. Vebriana, I. M. Nur, And F. Fauzi, "Perancangan Strategi Media Sosial Oleh Tutorial 4 Serangkai Melalui Pemanfaatan Instagram," *Pros. Semin. Nas. Unimus*, Vol. 4, Pp. 36–43, 2021.
- [8] E. E. Y. Amriel And R. R. Ariescy, "Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like Dan Komentar," *Media Manaj. Jasa*, Vol. 9, No. 1, Pp. 1–10, 2021.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2018.
- [10] M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021.