INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 3949-3968
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: https://j-innovative.org/index.php/Innovative

Pengembangan dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma

Muhammad Irawan[1]✉, Yeni Widyanti[2]
Universitas Bina Darma Palembang
Email: muhammadirawan318@gmail.com[1]✉

Abstrak

Pengembangan dan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma bertujuan Untuk menigkatkan citra daya saing fakultas di perlukan bagaimana strategi pengolahan konten yang terencana, konsisten dan sessuai dengan karakteristik yang di harapkan audiens. Metode kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam Strategi pengelolaan konten, interaksi dengan audiens, serta strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan alumni. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun, mahasiswa, alumni, dan pandangan masyarakat, serta melalui analisis konten pada postingan Instagram fakultas. hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan akun Instagram yaitu oleh konsistensi frekuensi posting, variasi jenis konten, kualitas visual, dan interaksi aktif dengan pengikut. Penggunaan analitik juga memberikan wawasan berharga untuk perbaikan berkelanjutan dalam strategi pengelolaan media sosial. Dengan demikian, pengembangan dan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, namun pula sebagai platform dalam membangun komunitas yang lebih kuat dan terhubung serta peningkatan citra insstitusi di media sosial.

Kata Kunci: *Tata Kekola, Media Sosial, Insagram*

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Abstract

The development and management of the Bina Darma University Vocational Faculty's Instagram aims to improve the faculty's competitive image. It requires a content processing strategy that is planned, consistent and in line with the characteristics expected by the audience. Qualitative methods were chosen to understand in depth content management strategies, interaction with the audience, as well as effective communication strategies to increase student and alumni involvement. Data was obtained through in-depth interviews with account managers, students, alumni, and community views, as well as through content analysis on faculty Instagram posts. The research results show that the success of managing an Instagram account is based on consistent posting frequency, variety of content types, visual quality, and active interaction with followers. The use of analytics also provides valuable insights for continuous improvement in social media management strategies. Thus, the development and governance of Bina Darma University's Vocational Faculty Instagram not only functions as a means of communication, but also as a platform for building a stronger and more connected community and improving the institution's image on social media.

Keywords: *Governance, Social Media, Instagram*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi pada era modern memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak bisa dihindarkan pada hidup kita, karena selalu mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan. (Balya 2023) Saat ini, pembuatan informasi tidak lagi eksklusif pada lembaga media tertentu; sebaliknya, setiap orang dalam masyarakat memiliki kesempatan yang setara untuk membuat dan menyebarkan informasi. Salah satu fitur yang di gemari banyak orang dari berbagai kalagan adalah media sosial (Kurniawati 2017). Media sosial memudahkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi (Feroza and Misnawati 2021)

Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menawarkan serta mengembangkan produk dan layanan. Instagram ialah satu di antara platform media sosial yang paling efektif dan berpengaruh.(Salsabila,andan ayu. 2022). Instagram adalah aplikasi yang user-friendly dan memungkinkan pengguna dalam membagikan foto serta video. Baik untuk keperluan bisnis maupun berbagi informasi sehari-hari. (Kurnianto 2020). Salah satunya adalah untuk mengembangkan teknologi informasi di Fakultas Vokasi Bina Darma.

Instagram sudah jadi satu di antara platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat pada beberapa tahun terakhir. (Priadana and Murdiyanto 2020). Instagram kini sudah jadi bagian esensial dari hidup banyak orang karena tingginya jumlah pengguna

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

yang memiliki akun. Mereka dapat dengan mudah berbagi kegiatan atau aktivitas terkini di platform ini (Meidiana et al. 2022) Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa banyak institusi Pendidikan universitas yang mengunakan akun Instagram.

Pengembangan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma menjadi penting untuk meningkatkan citra dan daya saing fakultas. Diperlukan bagaimana strategi pengelolaan konten yang terencana, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik yang di harapkan audiens.

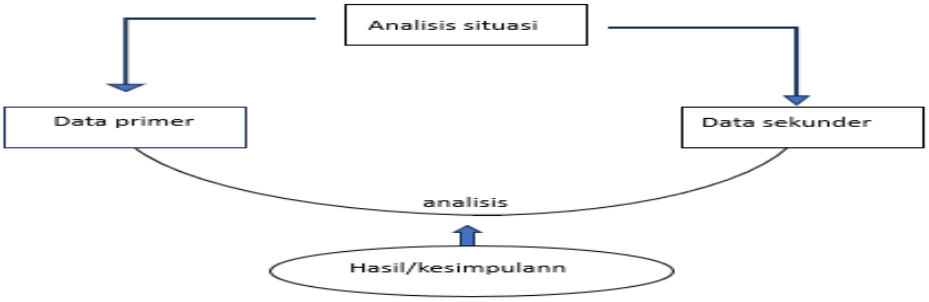
Melalui pengembangan tata kelola ini, diharapkan akun Instagram Fakultas Vokasi dapat menjadi sumber informasi terpercaya dan menarik bagi calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, serta mitra industri. Hal ini pada gilirannya akan mendukung upaya peningkatan jumlah mahasiswa, kualitas akademik, dan kerja sama dengan dunia industri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperlukan kajian dan penyusunan strategi pengembangan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma yang komprehensif dan berkelanjutan. Berdasar pada uraian yang telah dipaparkan sebelumnya maka timbul ketertarikan dari penulis dalam melakukan pemilihan tugas karya akhir terkait *Pengembangan Dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menurut buku (Sugiono 2018) menerangkan bahwa penelitian kualitatif ialah suatu proses penelitian yang memiliki tujuan melakukan pemahaman fenomena manusia atau sosial dengan memberikan ilustrasi yang menyeluruh serta kompleks, biasanya dipaparkan pada wujud kata-kata. Penelitian ini melaporkan pandangan mendalam dari informan dan dikerjakan pada lingkungan alami. Penelitian ini dikerjakan pada Universitas Bina Darma Palembang, yang berlokasi pada Jl. Jendral Ahmad Yani No. 3, 9/10 Ulu, Kecamatan Sebrang Ulu 1, Kota Palembang, Sumatra Selatan 30111, dengan nomor telepon (0711) 515582. Penelitian ini difokuskan pada akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma.

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti



Gambar 1. Alur penelitian

Dari keterangan gambar diagram diatas penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, untuk medapatkan gambaran yang komprehensif menengenai pengembangan dan tata kelola instagram fakultas vokasi universitas bina darma. Pada penelitian ini, dibutuhkan data serta informasi yang komprehensif. Berikut ialah jenis-jenis data yang digunakan pada penelitian.

a. Data primer: yakni data yang penulis himpun dari objek penelitian lewat wawancara serta interaksi dengan mahasiswa
b. Data sekunder: yakni data yang didapati dari studi pustaka, termasuk buku-buku dan literatur lain yang memiliki kaitan akan topik penelitian.

Dalam penelitian ini, data atau informasi yang diperlukan sesuai dengan masalah yang dihadapi diperoleh melalui metode-metode berikut:

a. Wawancara

Yaitu Penelitian ini dikerjakan melalui cara berinteraksi langsung dan melakukan pengajuan pertanyaan pada mahasiswa yang mengikuti akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma. Profil ini mencakup informasi yang relevan seperti identitas latar belakang berikut adalah responden yang berpartisipasi dalam wawancara ini:

Tabel 1. profil responden

No	Nama	Keterangan	Angkatan
1	Susanti	Administrasi bisnis	2021
2	Eka	Manajemen informatika	2021
3	Luh hari susanti	Manajemen perhotelan	2021
4	Agung	Teknik komputer	2021
5	Sinta	Mahasiswa baru	2024
6	Rudi	Masyarakat	-
7	dewi	Alumni mahasiswa vokasi	-
8	Abdul zizar	Karyawan Roti bakar	-

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

b. Observasi

Yaitu pengamatan secara langsung pada Instagram fakultas vokasi universitas bina darma.

c. Literatur

Dikerjakan melalui cara menghimpun data dan mempelajari serta menggali informasi maupun literatur cetak beserta sumber-sumber online untuk menjadi rujukan relevandengan laporan penelitian ini sebagai bagian dari penyususunan tugas akhir, serta referensi dari sumber internet yang di pelajari dapat di temukan dalam daftar Pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Pengembangan Dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma

Hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan memiliki model penilaian kapasitas penerapan tata kelola berdasarkan budaya organisasi di fakultas, lembaga-lembaga dan unit-unit kerja tempat penelitian dilaksanakan. Dalam penleitian ini observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengamati bagaimana pengembangan dan tata kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma. Dalam wawancara, peneliti menggunakan observasi terbuka, di mana peneliti mengungkapkan secara langsung kepada informan mengenai pengumpulan data yang dilakukan.

Berdasarkan indikator pengembangan membantu dalam memonitor dan mengevaluasi pencapaia tujuan dari pengembangan tata kelola instagram menurut Nugroho And Ruwanto (2017) adalah sebagai berikut:

1. Konsistensi Dan Frekuensi *Posting*

Mengacu pada nama Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma, penting untuk menggunakan dan memanfaatkan media sosial dengan cara yang baik dan tepat. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari kutipan wawancara dengan mahasiswa, yang menyatakan:

> "*Selama ini, saya merasa akun instagram fakultas vokasi cukup informatif, tapi kadang kurang konsisten dalam posting konten. Ada kalanya aktif sekali, tapi sering juga jeda lama tanpa update. Kontennya sendiri sudah bagus, tapi bisa lebih variatif dan menarik lagi" (susanti 19.07.2024).*

Selanjutnya di perjelas hasil wawancara yang menyatakan bahwa :

> *"Menurut saya, akun instagram fakultas vokasi sudah cukup bagus dan informatif. Namun, saya merasa kontennya masih bisa lebih interaktif. Saat ini, kebanyakan*

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

kontennya bersifat informatif saja, jarang ada konten yang melibatkan mahasiswa secara langsung"(Eka 21.07.2024)

Hasil wawancara Pada pengelolaan media sosial instagram mengenai hasil survei yang dilakukan, pengembangan dan tata kelola bersifat konsisten dan sefrekuensi atas postingan sebagai konteks penyampaian pesan yang menggunakan konten yang bersifata informatif diharapkan dapat memprestasikan kebutuhan mahasiswa yang dituangkan dalam *caption* pada unggahan instagram dari Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma Palembang. Dari hasil wawancara dengan Masyarakat umum:

"Ya, konsistensi dalam posting membuat saya lebih percaya bahwa fakultas ini serius dan profesional dalam menjalankan aktivitasnya". (rudi 27.08.2024)

Sebagai upaya untuk memperkuat branding, media sosial digunakan untuk menampilkan gambar atau foto serta keterangan atau caption yang menarik di bina darma analisis untuk mengidentifikasi masalah branding seperti kurangnya kesadaran merek, pesan yang tidak konsisten, atau keterlibatan yang rendah dengan audiens pada Instagram @fakultasvokasi.ubd oleh kerena itu tulis caption yang informatif dan engaging, misalnya dengan menggunakan storytelling atau pertanyaan untuk mendorong interaksi. berikut caption yang diterapkan Instagram @fakultasvokasi.ubd sebagai berikut:

Gambar 2. Caption di akun instagram @fakultasvokasi.ubd

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Engagement dalam melakukan mengevaluasi menyesuaikan strategi pengelolaan akun Instagram, terutama untuk Intagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dari hasil wawancara dengan alumni vokasi menyatakan bahwa

"Ya, konsistensi posting membuat saya lebih mudah mengikuti perkembangan terbaru dan merasa lebih terhubung dengan fakultas".(dewi.28.08.20024)

Oleh karena itu Dengan menerapkan jadwal konten yang konsisten dan frekuensi posting yang teratur, Intagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan akun Instagram. Variasi konten dan format yang

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

menarik akan membuat akun lebih dinamis dan menarik bagi pengikut, sementara interaksi aktif dan penggunaan akun bisnis akan membantu dalam mencapai tujuan promosi dan branding yang lebih baik.

2. Jenis Konten Yang Diharapkan

Pada akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma sangat penting untuk menarik perhatian pengikut. Jenis konten yang diharapkan bisa menjadi bahan komunikasi dengan mahasiswa lainnya. Dengan media sosial instagram mampu mengasosiasikan informasi yang bisa berupa kebijakan maupun program-program pendidikan sesuai dengan keinginan mahasiswa. Sebagaimana hasil wawancara diperoleh dari mahasiswa calon dan pandangan Masyarakat yang menyatakan bahwa:

> "*Saya berharap melihat lebih banyak konten tentang proyek teknologi terbaru, workshop coding, dan seminar yang relevan dengan bidang Teknik Informatika". (agung 26.08.2024)*

Kemudian hasil wawancara calon mahasiswa menyatakan:

> "*Frekuensi posting yang konsisten sangat penting bagi saya, karena ini menunjukkan bahwa fakultas selalu aktif dan informatif". (sinta 27.08.2024)*

Selanjutnya hasil wawancara dengan dengan pandangan masyarakat yang menyatakan:

> *"Saya berharap konten tentang kontribusi fakultas dalam masyarakat, inovasi teknologi, dan proyek-proyek sosial". (rudi 27.08.2024)*

Sehingga dari hasil mewancara tersebut dapat di terapkan *Engagement* dalam melakukan mengevaluasi penelitian ini menentukan jenis konten akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma sangat penting untuk menarik perhatian pengikut dan meningkatkan keterlibatan. Dengan memperkenalkan variasi konten yang diharapkan ini, akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dapat menjadi lebih menarik dan informatif bagi pengikutnya. Hal ini akan meningkatkan *engagement* dan membantu dalam membangun komunitas yang lebih kuat di platform media sosial.

3. Format Konten Yang Disukai

Instagram yang dikelola berkolaborasi dilakukan dengan pembuatan konten unggahan dan fasilitas umum pendidikan tinggi dengan melibatkan media sosial. Pada pengelolaan media sosial instagram ini sering mengajak mahasiswa untuk berpartisipasi dalam mengisi konten berupa kesan dan pesan terkhusus dalam dunia pendidikan dan manfaat konten dalam mencapai *reactions* dengan keterlibatan aktivitas mahasiswa. Kutipan wawancara dengan mahasiswa:

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

"Konten yang diciptakan bertujuan untuk mencapai inovasi dalam dunia pendidikan, dengan menggunakan stakeholder yang bisa dikolaborasikan, sebagai bentuk kerjasama mahasiswa untuk memperkuat hubungan akademik. Pada dasarnya dengan berkolaborasi, dapat memperluas jangkauan dan kualitas konten yang diproduksi, sambil tetap menjaga efisiensi biaya, kolaborasi dengan pemangku terpenting dapat melibatkan mahasiswa dalam proses pembuatan konten, sehingga meningkatkan keterlibatan dan relevan konten yang disampaikan". (luh hari susanti 21.07.2024)

Menentukan format konten yang disukai oleh *audiens* sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi di akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma. Evaluasi yag dilakukan dilihat dari hasil format konten yang disukai oleh audiens biasanya memiliki elemen visual yang kuat, mudah dicerna, dan interaktif. Berikut kutipan hasil wawancara calon mahasiswa :

"Saya lebih suka format video pendek atau reels yang menunjukkan aktivitas sehari-hari mahasiswa dan suasana kampus.(sinta 27.08.2024).

Selanjutnya hasil wawancara dengan alumni menyatakan :

"Saya menyukai konten berupa artikel singkat atau cerita inspiratif dalam bentuk carousel yang bisa di-scroll".(dewi 28.08.2024)

Dari Hasil wawancara tersebut Menyesuaikan format konten dengan preferensi audiens dapat meningkatkan keterlibatan dan interaksi. Video pendek atau reels cocok untuk menarik perhatian calon mahasiswa dan memberikan pandangan langsung tentang aktivitas di kampus. Di sisi lain, artikel singkat dan carousel lebih sesuai untuk menyajikan informasi yang mendalam dan inspiratif kepada alumni. Menggabungkan berbagai format konten yang disukai oleh audiens akan membantu dalam menciptakan akun Instagram yang lebih menarik dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi fakultas.

4. Kualitas Visual Konten

Kualitas visual yang tinggi akan membantu meningkatkan kepercayaan dan minat audiens, yang pada gilirannya dapat meningkatkan engagement dan jumlah pengikut akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma. Hal ini di sampaikan oleh calon mahasiswa kutipan wawancara sebagai berikut:

"*Kualitas visual sangat penting, karena gambar dan video yang jelas dan menarik akan membuat saya lebih tertarik untuk mengikuti akun tersebut" (sinta 27.08.2024)*

Kemudian sudut pandang alumni mahasiswa vokasi juga menyatakan bahwa:

"*Kualitas visual harus profesional dan berkelas, karena ini mencerminkan citra*

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

universitas yang ingin ditampilkan ke public". (dewi 28.08.2024)

Selanjuntya pandangan umum dari hasil wawancara karyawan yang memberikan pernyataan bahwa:

"*Kualitas visual harus tinggi, dengan desain yang profesional dan informatif untuk menarik perhatian mitra industry" (Abdul zizar 28.08.2024)*

Sehingga dari penjelasan wawancara tersebut Dengan menggunakan berbagai format konten ini, akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dapat menawarkan variasi yang menarik bagi pengikutnya. Format yang beragam akan membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan *engagement* secara keseluruhan.hal ini di sampaikan oleh mahasiswa sebagai berikut kutipan wawancara:

Interaksi aktif dengan audiens, meningkatkan kualitas konten yang relevan, informatif, dan edukatif agar hubungan baik dengan publik dapat terjalin, dengan meningkatkan interaksi dan responsif umpan balik audiens dengan cepat dan ramah, sehingga mampu membangun hubungan yang kuat dengan perguruan tinggi, mahasiswa, dosen dan masyarakat sekalipun. (Susanti 19.07.2024)

Dari beberapa hasil wawancara tersebut menunjukan Dalam mengelola akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma, dengan kualitas visual yang tinggi, format konten yang beragam, dan interaksi yang aktif dengan audiens adalah strategi kunci untuk mencapai tujuan komunikasi fakultas. Dengan demikian, akun ini dapat mencerminkan citra profesional dan berkualitas dari universitas, sekaligus menjalin hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan audiens yang lebih luas. Hal ini akan memperkuat kehadiran digital fakultas dan meningkatkan engagement yang signifikan di platform tersebut.

5. Interaksi dengan *Followers*

Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan *followers*. Interaksi yang aktif dan positif akan meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan keterlibatan *followers*, sehingga akun Instagram menjadi lebih hidup dan bermanfaat bagi seluruh komunitas. Menurut kutipan hasil wawancara dengan mahasiswa:

"*interasksi sangat penting, menanggapi komentar atau pesan dari follower Bisa membuat kami merasa lebih dekat dan dihargai. Juga, menanyakan feedback dari followers bisa membnatu meningktkan kualitas konten". (eka 21.07.2024)*

Kemudian di perjelas dari hasil wawancara calon mahasiswa yang menyatakan:

"Interaksi sangat penting, terutama dalam menjawab pertanyaan atau mengadakan

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

sesi tanya jawab yang interaktif dengan calon mahasiswa". (sinta 27.08.2024)

Sehingga dari hasil wawancara tersebut menunjukan bahwa interaksi bukan hanya alat untuk komunikasi, tetapi juga cara untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan saling menguntungkan antara fakultas dan audiensnya. Dengan secara aktif menanggapi komentar, pesan, dan meminta umpan balik, pengelola akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma dapat menciptakan komunitas yang lebih terlibat dan loyal, serta memastikan bahwa konten yang disajikan terus relevan dan menarik bagi pengikutnya. Interaksi yang baik juga memainkan peran penting dalam mendukung tujuan komunikasi fakultas, yaitu membangun citra positif dan memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal tersebut di kemudian perjelas hasil wawancara dengan ulumni mahasiswa vokasi dalam meningkatkan keterlibatan serta sudut pandang Masyarakat dan karyawan berikut kutipan hasil wawancara tersebut:

"*Interaksi bisa lebih ditingkatkan, terutama dalam mengajak alumni berpartisipasi aktif melalui komentar atau acara online". (dewi 28.08.2024).*

Hal ini menunjukan pentingnya peningkatan interaksi dengan alumni, terutama dengan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif melalui komentar atau acara online. Oleh karena itu Selanjutnya di perjelas dari sudut pandang dari masyarakat dan karyawan yang memberikan pandangan agar interaksi aktif lebih akurat dan lebih efisisien dalam meningkatkan keterlibatan informasi yang lebih baik Instagram fakultas vokasi universitas bina darma berikut kutipan hasil wawancara:

"Interaksi penting untuk menciptakan komunikasi dua arah dan meningkatkan kesadaran publik tentang kegiatan fakultas". (rudi 27.08.2024)

"Interaksi sangat penting, terutama dalam menjawab pertanyaan dari mitra industri atau menjalin komunikasi yang bisa berujung pada kolaborasi". (abdul zizar 28.08.2024)

Kemudian Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa interaksi di Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma memiliki berbagai aspek penting yang perlu diperhatikan. Dengan meningkatkan interaksi, terutama dengan alumni, masyarakat umum, dan mitra industri, fakultas dapat membangun hubungan yang lebih kuat, meningkatkan kesadaran publik, dan membuka peluang kolaborasi yang lebih luas. Interaksi yang aktif dan efisien akan membantu fakultas dalam mencapai tujuan komunikasinya, baik dalam membangun citra positif, memperluas jaringan, maupun meningkatkan keterlibatan dengan berbagai pemangku kepentingan.

6. Saat Mengakses Instagram

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Indikator ini menggambarkan seberapa sering pengikut akun Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma mengakses atau melihat konten yang diposting di akun tersebut. Pengukuran ini membantu dalam memahami tingkat keterlibatan pengikut dengan konten yang disajikan dan dapat memberikan wawasan tentang waktu atau frekuensi yang paling efektif untuk memposting konten. Dengan menganalisis data ini, tim media sosial dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pola keterlibatan pengikut, dengan demikian, strategi pemostingan dapat dioptimalkan untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan mendapat perhatian yang lebih besar dan berpotensi meningkatkan interaksi serta keterlibatan dari pengikut akun. Berdasarkan hasil kutipan wawancara dengan mahasiswa menjelaskan:

> *"Saya mengakses instagram fakultas vokasi universitas bina darma setiap hari untuk mendapatkan update terbaru mengenai berbagai kegiatan dan informasi penting yang diselenggarakan oleh fakultas tentang acara-acara seperti seminar, workshop, dan kegiatan akademik lainnya yang berlangsung."(Susanti 19.07.2024)*

Sejanjutnya di jelaskan oleh calon mahasiswa berdasarkan hasil kutipan wawacara:

> *Saya sering mengunjungi Instagram Fakultas Vokasi sebelum memutuskan untuk mendaftar ke universitas ini, untuk mengetahui lebih banyak tentang program dan fasilitas yang ditawarkan."(sinta 27.08.2024)*

Kemudian pandangan Masyarakat umum juga memberikan pernyataan:

> *"Saya mengakses Instagram Fakultas Vokasi sesekali untuk mengikuti perkembangan fakultas dan acara yang mungkin relevan dan menarik." (Rudi.27.08.2024)*

Hasil dari wawancara ini menunjukan bahwa responden sering mengakses instagram kemudian mengiginkan perlu diperbarui secara rutin dan harus berfokus pada informasi yang mendukung kegiatan akademik dan keseharian mahasiswa konten harus menyajikan informasi yang mendetail tentang program dan fasilitas untuk membantu calon mahasiswa dalam proses pengambilan keputusan oleh karena itu konten harus mencakup update tentang acara dan kontribusi fakultas yang relevan dengan minat umum untuk meningkatkan keterlibatan Masyarakat hal ini menunujuka bahwa Pengelolaan akun Instagram Fakultas Vokasi harus memperhatikan perbedaan kebutuhan dan frekuensi akses dari masing-masing pengguna untuk memastikan konten yang disajikan relevan dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat

7. Kendala Saat Menggunakan Instagram

Dalam pengelolaan akun Instagram, beberapa kendala umum bisa muncul. Salah satunya adalah keterbatasan waktu dan sumber daya untuk membuat dan memposting

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

konten secara rutin. Selain itu, tantangan lain termasuk menyesuaikan konten agar relevan dengan audiens target, menghadapi perubahan algoritma Instagram yang dapat mempengaruhi jangkauan dan visibilitas posting, serta menangani umpan balik atau komentar negatif dari pengikut. Untuk mengatasi kendala ini, penting untuk memiliki strategi konten yang jelas, mengelola waktu dengan baik, dan selalu memantau serta menyesuaikan pendekatan berdasarkan analisis data dan umpan balik dari pengikut.berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa menunjukan

> *"Kendala utama yang saya hadapi adalah kadang-kadang sulit untuk menemukan informasi spesifik yang saya cari, karena postingan bisa terlalu umum atau tidak terorganisir dengan baik".(luh hari Susanti 21.07.2024)*

Kemudian dari calon menhasiswa juga memberikan pernyataan:

> *"Kadang saya mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang relevan tentang program studi atau acara yang menarik minat saya karena navigasi yang tidak intuitif."(sinta.27.08.2024)*

Selanjuntya dari hasil wawacara dengan alumni juga mengungkapkan bahwa:

> *"Kendala utama adalah seringnya informasi yang disampaikan kurang terperinci, terutama mengenai kegiatan atau kesempatan yang melibatkan alumni."(dewi 28.08.2024)*

Selanjutnya dari hasil wawancara beberapa responden tersebut menujukan bahwa masalah utama yang mereka hadapi saat mengakses Instagram Fakultas Vokasi adalah kesulitan dalam menemukan informasi yang spesifik dan terperinci. Sehingga dapat di temukan masalah ini disebabkan oleh beberapa faktor:

1. Organisasi konten (konten di instagram mungkin tidak terstruktur dengan baik, sehingga informasi yang dicari sulit ditemukan),
2. Navigasi yang tidak intuitif (kesulitan dalam menavigasi halaman instagram membuat pencarian informasi menjadi lebih sulit, terutama bagi calon mahasiswa yang mungkin tidak familiar dengan format konten fakultas)
3. Kurangnya detail (Informasi yang disampaikan sering kali kurang mendetail, baik mengenai program studi, acara, atau kesempatan yang melibatkan alumni).

Sehingga hal ini menujukan perbaikan struktur konten, meningkatkan navigasi, menambah detail dalam informasi,serta mengumpulkan umpan balik.

8. Pengaruh Instagram

Pengaruh Instagram dalam konteks pengembangan dan tata kelola akun media sosial Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma merujuk pada bagaimana platform ini

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

memengaruhi citra, jangkauan, dan keterlibatan yang dihasilkan dari aktivitas media sosial fakultas. Hal ini mencakup sejauh mana Instagram dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi fakultas di mata publik, termasuk calon mahasiswa, alumni, dan mitra industri. Pengaruh Instagram juga melibatkan analisis efektivitas strategi konten yang diterapkan, dampaknya terhadap komunikasi dan interaksi dengan followers, serta bagaimana akun tersebut mendukung tujuan institusi dalam hal branding dan hubungan eksternal.

Berikut kutipan wawancara dengan mahasiswa:

"Instagram Fakultas Vokasi memiliki pengaruh cukup besar dalam keputusan saya untuk bergabung, karena memberikan gambaran yang jelas tentang kehidupan kampus dan kegiatan yang ditawarkan."(eka.21.07.2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga responden mahasiswa dan masyarakat umum dapat disimpulkan bahwa instagram fakultas vokasi universitas bina darma memiliki pengaruh dalam mendukung tujuan institusi, terutama dalam hal branding dan hubungan eksternal karena memberikan gambaran yang jelas tentang kehidupan kampus, program studi, dan fasilitas yang ditawarkan, yang menjadi faktor penting dalam keputusan mereka untuk bergabung dengan universitas sementara itu, dari perspektif masyarakat umum, instagram fakultas vokasi berperan besar dalam membentuk persepsi mereka tentang kontribusi fakultas kepada masyarakat, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk mendukung atau terlibat dengan institusi ini. Hal ini menunjukkan bahwa instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform informasi, tetapi juga sebagai alat penting dalam memperkuat citra dan hubungan eksternal universitas.

Pembahasan

Pengembangan Dan Tata Kelola Instagram Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma

Media instagram sebagai salah satu plaform media sosial yang paling viral, menawarkan berbagai peluang bagi lembaga pendidikan untuk memperluas jangkauan mahasiswa, meningkatkan keikutsertaan, dan memperkenalkan berbagai program-program akademik. Adapun yang menjadi lanngkah pengembangan konten instagram dari @fakultasvokasi.ubd dan tata kelola media sosial yang efektif, adalah sebagai berikut:

Analisis situasi Strategi perkembangan Instagram @fakultasvokasi.ubd

Nama Akun

Nama akun yang sederhana dan jelas ini membantu pengguna instagram mengenali dan menemukan akun dengan mudah dan singkat.

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Gambar 3. nama dan profil terbaru yang di unggah fakultasvokasi.ubd

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Dari keterangan gambar di atas, hasil unggahan peneliti melalui instagram @fakultasvokasi.ubd, yang merupakan nama dan profil resmi fakultas vokasi universitas bina darma. Melalui penggunaan strategi visual yang terencana, setiap unggahan berhasil mencerminkan identitas dan misi fakultas.

Deskripsi profil

Media instagram sebagai salah satu plaform media sosial yang paling viral, menawarkan berbagai peluang bagi lembaga pendidikan untuk memperluas jangkauan mahasiswa, meningkatkan keikutsertaan, dan memperkenalkan berbagai program-program akademik. Adapun yang menjadi langkah pengembangan konten instagram dari @fakultasvokasi.ubd dan tata kelola media sosial yang efektif, adalah sebagai berikut:

Gambar 4. Tampilan konten akun instagram @fakultasvokasi.ubd

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Dari gambar tampilan konten akun Instagram @fakultasvokasi.ubd diatas saat ini menunjukkan perkembangan yang positif dengan beragam jenis konten yang menarik dan informatif dengan menampilkan bagian dari jabatan, tugas dan kegiatan Dekan, kaprodi hinggga staf pengajar.

Program-program dirancang secara fleksibel dan mengutamakan keterampilan khusus dalam bidang teknologi yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa agar

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

siap terjun ke dunia kerja dengan keterampilan yang lebih relevan.

Strategi *branding*

Mengadakan promosi pubikasi acara, seminar dan workshop pada media sosial instagram @fakultasvokasi.ubd sebagai promosi dari fakultas vokasi dalam memperkenalkan berbagai program-program pendidikan dan kegiatan dalam sistem pembelajaran yang aktif dan efisiensi. Adapun strategi banding seperti gambar berikut :

Gambar 5. konten promosi fakultas vokasi

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

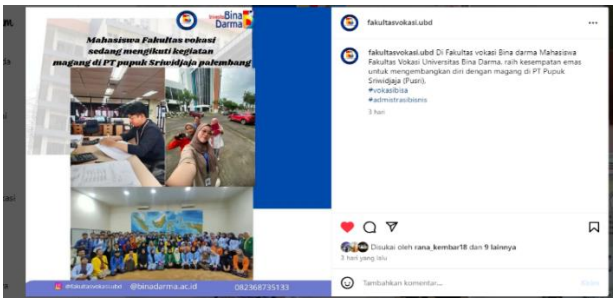
Gambar di atas merupakan konten kegiatan promosi yang diunggah akun Instagram @fakultasvokasi.ubd. Konten ini digunakan untuk menyebarluaskan informasi dan mempromosikan Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma kepada audiens yang lebih luas. Dengan tampilan visual yang menarik dan pesan yang jelas, unggahan ini dirancang untuk menarik minat calon mahasiswa, alumni, serta mitra industri. Berikut tampilan yang di harapkan instagram @fakultasvokasi.ubd berikut:

Gambar 6. konten @fakultasvokasi ubd memperkenalkan alumni yang sukses berkarir di mandiri mitra agen

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Gambar di atas menunjukan alumni fakultas vokasi ahmad zam zami yang sukses meniti karir di mandiri mitra agen yang ini menjadi sebuah sumber informasi fakultas vokasi berhasil mencetak sumber daya manusia yang siap bersiang dunia kerja.

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti



Gambar 7. Konten edukasi pengalaman magang mahasiswa vokasi

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Keterangan gambar di atas menunjukan pengalaman magang mahasiswa vokasi, yang menjalani program magang di Pt pupuk srwidjaja Palembang sebagai Upaya kesempatan meraih kesempatan emas untuk mengembangkan diri dengan magang memasuki dunia kerja.

Interaktif: Kuis, tanya jawab, dan sesi live

Akun @fakultasvokasi.ubd juga mengadakan kuis yang hanya bisa diikuti oleh mahasiswa-mahasiswa fakultas vokasi, bagi pemenang kuis akan mendapatkan hadiah berupa penghargaan akademik sebagai tingkat prestasi dari Universitas Bina Darma.

Gambar 8. konten pertanyaan (Q & A) Instagram fakultasvokasi.ubd

Sumber :https://www.instagram.com/fakultasvokasi.ubd

Gambar di atas merupakan konten pertanyaan untuk menarik interaksi pengguna agar aktif untuk berkomunikasi. Hal ini menunjukan bahwa konten yang di buat oleh di harapkan dapat menjadi daya tarik audiens untuk selalu aktif berpartisifasi pada instagram fakultas vokasi ubd

Jadwal Posting

Kalender konten dibuat untuk memastikan postingan rutin dengan frekuensi 3-4 kali per minggu. Kemudian penelti membuat dalam sebuah tabel berikut ini:

Tabel 2. jadwal posting konten

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Jadwal	Hari	Keterangan Konten di posting
Minggu 1	Senin	Tips belajar efektif
	Rabu	Highlight mata kuliah
	Jumat	Kutipan inspiratif dari alumni
Minggu 2	Selasa	Fakta menarik tentang industri
	Kamis	Profil dosen
	Sabtu	Testimoni mahasiswa
Minggu 3	Senin	Tips sukses di dunia kerja
	Rabu	Highlight program magang
	Jumat	Event kampus
Minggu 4	Selasa	Inovasi mahasiswa
	Kamis	Layanan karir
	Sabtu	Repost dari mitra industri

Dari tebel di atas menunjukan tips untuk mengelola kalender konten adalah sebagai berikut:

1. Rencanakan jauh-jauh hari buat jadwal konten bulanan agar tidak terburu-buru.
2. Gunakan alat manajemen: manfaatkan alat seperti trello atau asana untuk mengorganisir ide konten.
3. Diversifikasi konten: campur berbagai jenis konten (foto, video, infografis) untuk menjaga keterlibatan audiens.
4. Analisis performa: pantau performa setiap postingan dan sesuaikan strategi berdasarkan hasil.
5. Dengan kalender konten ini, anda bisa memastikan bahwa instagram fakultas vokasi tetap aktif dan menarik bagi *audiens.*

Penggunaan hastag / tagar

Dengan menggunakan hashtag yang sesuai, bisa membantu pengguna menemukan konten kita lebih mudah dan meningkatkan keterlibatan Contohnya peneliti mengelompokan dalam sebuah tabel berikut ini :

Tabel 3. tagar yang bisa dikembangkan di instagram @fakultasvokasi.ubd

Hastag/tagar	keterangan
#FakultasVokasiBD	Hashtag khusus untuk menjangkau Fakultas Vokasi Bina Darma.
#UniversitasBinaDarma	Hashtag menjangkau universitas bina darma.
#TeknikKomputer	Untuk menjangkau program studi Teknik Komputer
#administrasibisnis	Untuk menjangkau program studi administrasi bisnis

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

#manajemeninformatika	Untuk menjangkau program studi informatika
#perhotelan	Untuk menjangkau program studi perhotelan
#WorkshopVokasiBD	Untuk menjangkau workshop dan pelatihan.
#hmvvokasi	Untuk menjankau himpunan organisasi mahasiswa

Keterangan tabel di atas menunjukkan bahwa penggunaan hashtag atau tagar dapat mempermudah pengguna media sosial dalam menemukan konten terkait Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma. Penentuan target audiens atau penikmat media sosial sesuai dengan platform yang digunakan adalah hal yang penting.

Analisis Manfaat Pengembangan Media Sosial Instagram Fakultas Vokasi

Kegiatan pelatihan terbagi dalam dua sesi penyampaikan materi yang mampu memberikan edukasi kepada mahasiswa.

Mengenali Literasi Perencanaan

Dalam hal ini konten edukatif merupakan salah satu pilar utama dalam menentukan tata kelola yang maksimal. Seperti halnya terdapat video-video yang menjelaskan konsep dasar dari program studi, membagikan tips untuk belajar dan menyediakan informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa. Misalnya video yang berjudul "Tips Sukses Menghadapi Ujian" atau "Profil Program Studi di Fakultas Vokasi" dapat memberikan wawasan yang berguna dan langsung kepada mahasiswa, membantu mereka memahami materi akademik dengan cara yang lebih menyenangkan.

Konten partisipatif

Media sosial instagram bisa memberikan konten video pendek yang kreatif mampu meningkatkan pemahaman dan pola pikir mahasiswa agar semakin berkembang. Hal ini berkaitan menurut (Alfindra and Yahya 2017) Penggunaan media sosial Instagram secara tidak langsung telah bertransformasi menjadi tren dalam pendidikan mahasiswa. Selain itu, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan memberikan komentar dan menyukai foto yang dibagikan melalui laman Instagram. Pada fakultas vokasi tidak hanya memperkuat keterlibatan tetapi juga memberikan plaform bagi mahasiswa untuk menampilkan perspektif mereka, yang pada gilirannya dapat memperkuat komunitas dari Fakultas Vokasi Universitas Bina Darma Palembang.

SIMPULAN

Dari penelitian dapat disimpulkan bagaimana pegembangan dan dan tata Kelola

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Instagram fakultas vokasi bina dama diperolah:

1. Konsistensi Posting: menetapkan jadwal posting yang konsisten untuk menjaga keterlibatan audiens.
2. Penggunaan hastag/tagar dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memudahkan mereka dalam menemukan konten yang relevan.
3. Penggunan caption yang menarik: mengadopsi berbagai jenis dan format konten, termasuk video pendek, IG *Reels*, dan konten interaktif.
4. Peningkatanx Kualitas Visual: meningkatkan kualitas gambar dan desain grafis untuk menarik perhatian.
5. Interaksi Aktif: meningkatkan interaksi dengan followers melalui tanggapan komentar dan pesan serta sesi live.
6. Kolaborasi: mengintegrasikan konten yang melibatkan alumni dan mitra industri untuk memperkaya pengalaman pengguna

DAFTAR PUSTAKA

Alfindra, M. F., & Yahya, M. (2017). Motivasi Mahasiswa bergabung dalam media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, *2*(3).

Angela, C. V., & Suhartono, A. W. (2022). Analisa Terhadap Feeds Instagram Dyandra Academy Sebelum Dan Sesudah Penerapan Teori Layout. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*, 11.

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, *9*(2), 176-182.

Balya, David. 2023. "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Dan Budaya." *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 1(3).

Caron, Justin, and James R Markusen. 2016. "Pemasaran Media Sosial." (Williamson 2011): 1–23.

Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, *1*(2), 77-84.

Ferbita, L. V., & Setianti, Y. (2020). Strategi digital branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, *16*(2).

Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan media sosial Instagram pada akun@ yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, *15*(1), 54-61.

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti

Khatibah, K. (2011). Penelitian kepustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, *5*(01), 36-39.

Kurniawati, putri. 2017. 01 Universitas Nusantara PGRI Kediri *Pengguna Media Dan Lokalitas*.

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, *16*(1), 21.

Meidiana, N., Toruan, R. R. M. L., Hamsinah, H., & Adhipoetra, R. (2022). Akun Instagram@ humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, *2*(2), 119-132.

Muljawan, A. (2019). Struktur Organisasi Perguruan Tinggi yang Sehat dan Efisien. *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam*, *4*(2), 67-76.

Simarmata, R. N., & Pasaribu, A. N. (2021). How Are Joko Widodo Figures Framed On Instagram During Covid-19 Pandemic? A Framing Analysis. *IDEAS: Journal on English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature*, *9*(2), 721-737.

Nugroho, Ichwan Restu, and Bambang Ruwanto. 2017. "Media Pembelajaran Berbasis." *Jurnal Pendidikan Fisika Nomor* 6(6): 319–26.

Pranawan, Ernandan tri. 2023. "Tata Kelola Media Sosial Instagram Sebagai Digital Branding Di Smk Muhammadiyah 04 Boyolali Skripsi." *Tata Kelola Media Sosial Instagram Sebagai Digital Branding Di Smk Muhammadiyah 04 Boyolali Skripsi* 4(1): 88–100.

Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Instagram Hashtag Trend Monitoring Using Web Scraping. *Pekommas*, *5*(1), 519632.

Copyright @ Muhammad Irawan, Yeni Widyanti