

ANALISIS PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT. XYZ

Anugerah Muaffad¹, Fatmasari²

^{1,2}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Dipa Makassar
Email: ¹anugerahmuaffad@gmail.com, ²fatmasari@undipa.ac.id

Abstract

Content is a fundamental element in modern communication, especially in the digital era. In the konteks of social media, content can be defined as any form of information shared via digital platforms, such as text, images, video, or audio. The main goal of content is to attract attention, inform, audience, to interact. The benefits of good content are extensive, from increasing brand awareness, building relationships with customers, to driving sales. This research on content aims to understand more deeply how content can be used as an effective tool in achieving communication goals. The results show that a well-planned content strategy that matches the characteristics of the audience plays an important role in increasing account engagement and visibility. Through the utilization of various types of content, such as product education, promotion, and interaction with followers, companies can build stronger brand awareness. In addition, the use of Instagram features, such as Stories, Reels, and Ads, has proven effective in reaching a wider audience.

Keywords: Content Planning, Social Media, Instagram.

Abstrak

Konten merupakan elemen fundamental dalam komunikasi modern, terutama di era digital. Dalam konteks media sosial, konten dapat didefinisikan sebagai segala bentuk informasi yang dibagikan melalui platform digital, seperti teks, gambar, video atau audio. Tujuan utama konten adalah untuk menarik perhatian, menginformasikan, menghibur, atau mengajak audiens untuk berinteraksi. Manfaat konten yang baik sangatlah luas, mulai dari meningkatkan kesadaran merek, membangun hubungan dengan pelanggan, hingga mendorong penjualan. Penelitian mengenai konten bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana konten dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam mencapai tujuan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi konten yang terencana dan sesuai dengan karakteristik audiens memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan dan visibilitas akun. Melalui pemanfaatan berbagai jenis konten, seperti edukasi produk, promosi, dan interaksi dengan pengikut, perusahaan dapat membangun brand awareness yang lebih kuat. Selain itu, penggunaan fitur Instagram, seperti Stories, Reels, dan iklan Ads, terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata Kunci: Konten, Media Sosial, Instagram.

1. PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial menjadi hal yang digemari oleh masyarakat. Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat adalah Instagram. Instagram

merupakan aplikasi media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 yang berbasis konten visual (Dwiputri et al., 2024). Instagram, sebagai salah satu platform terpopuler, memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas produk.

Instagram berasal dari kata “instan” dan “gram”, instan berarti mampu menampilkan foto secara mudah dan “instan” dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya sedangkan “gram” berarti cara kerja dari media sosial Instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption (Sutrisno & Mayangsari, 2022).

Instagram adalah platform berbasis gambar dan video, yang sangat kuat dalam menarik perhatian pengguna. Konten visual yang menarik dapat dengan mudah menyampaikan identitas merek dan pesan perusahaan. Pengguna lebih cenderung mengingat gambar atau video yang mereka lihat daripada teks yang panjang, sehingga membantu membangun pengenalan merek yang lebih kuat.

Instagram memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, yang memberikan peluang besar untuk menjangkau audiens dari berbagai kalangan, usia, lokasi, dan minat. Dengan menggunakan alat penargetan yang tepat, perusahaan bisa menargetkan audiens yang relevan untuk meningkatkan engagement pada suatu Perusahaan

Instagram menawarkan berbagai alat dan fitur yang membuatnya menjadi platform yang sangat efektif untuk promosi bisnis. Dengan mengandalkan konten visual yang menarik, kemampuan untuk menargetkan audiens yang spesifik, interaksi langsung dengan pengguna, dan berbagai fitur yang telah disediakan Instagram, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas merek, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan akhirnya meningkatkan penjualan. Dengan strategi yang tepat, Instagram dapat menjadi salah satu sarana promosi yang sangat powerful bagi bisnis di berbagai industri.

Akun Instagram PT XYZ digunakan oleh perusahaan sebagai saluran untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan pelanggan melalui konten media sosial. Perusahaan ini mengunggah berbagai jenis konten yang dirancang untuk menghibur pengikut dengan tema dan gaya yang berbeda-beda. Setiap konten yang diposting memiliki ciri khas tersendiri, sehingga membuat akun Instagram berbeda dari akun lainnya. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya fokus pada pemberian informasi, tetapi juga berusaha agar setiap konten yang dibagikan dapat menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan pengikut.

PT XYZ yang bergerak di bidang produksi Springbed American Pillo, menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mendukung strategi pemasaran mereka. Produk American Pillo dikenal karena kualitas dan kenyamanannya, namun tantangan yang dihadapi adalah meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan masyarakat Kota Makassar.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis konten media sosial instagram pada PT XYZ dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat brand awareness melalui strategi perancangan konten yang relevan dan menarik serta analisis media sosial yang mendalam. Dengan meningkatnya jumlah followers, diharapkan kesadaran masyarakat terhadap produk juga akan meningkat, yang pada akhirnya dapat mendukung penjualan dan pertumbuhan bisnis perusahaan. Penelitian yang dilakukan meliputi pembuatan konten yang relevan dan pembuatan aset visual yang berkualitas. Melalui proses yang sistematis dan berkelanjutan artikel ini tidak hanya bertujuan untuk mengetahui efektivitas konten instagram PT XYZ tetapi juga untuk memperkuat kehadiran merek American Pillo di media sosial.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi. Menurut Hakim & Rahman dalam (Nurhayati & Islam, 2022) Observasi merupakan cara mengumpulkan data yang kemudian diolah menjadi suatu informasi data. Metode ini merupakan teknik yang efektif untuk memahami dinamika yang terjadi dalam interaksi pengguna dengan konten media sosial. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisis berbagai elemen yang berkaitan dengan konten di akun Instagram PT XYZ, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai bagaimana konten tersebut diterima oleh audiens.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perancangan Konten

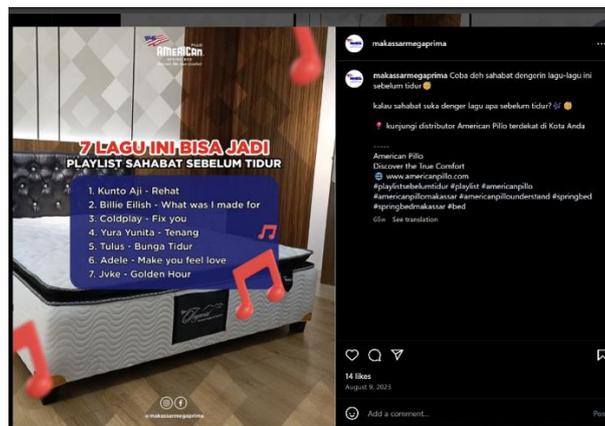
Perancangan konten yang dilakukan pada akun Instagram PT XYZ bertujuan untuk meningkatkan visibilitas merek dan membangun keterlibatan yang lebih kuat dengan audiens. Dalam proses perancangannya, perusahaan fokus pada pembuatan konten yang relevan dan menarik, dengan mempertimbangkan karakteristik audiens yang lebih muda dan dinamis. Setiap konten dirancang agar tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan mengundang interaksi, baik itu dalam bentuk komentar, likes, maupun berbagi. Gambar dan video yang digunakan dipilih dengan cermat untuk mencerminkan identitas merek, serta memberikan gambaran yang jelas tentang produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Selain itu, perancangan konten juga mencakup pemanfaatan fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan Carousel Posts untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. Dalam hal ini, Instagram Stories digunakan untuk menyajikan informasi singkat namun menarik, seperti promo terbaru atau behind-the-scenes, sementara Reels difokuskan pada konten video pendek yang kreatif dan menghibur untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas. Carousel Posts digunakan untuk menampilkan lebih dari satu gambar atau video dalam satu postingan, yang memudahkan audiens untuk menggali lebih dalam tentang produk atau layanan yang ditawarkan.

3.2 Penggunaan Hastag

Untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten akun Instagram PT XYZ secara konsisten menggunakan hastag khusus seperti #stayAmericanPillo #americanpillounderstand dalam setiap postingan mereka. Penggunaan hastag dalam strategi pemasaran media sosial, terutama di Instagram, dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan jangkauan, keterlibatan, dan kesadaran merek. Hastag berfungsi sebagai alat untuk mengkategorikan konten dan memungkinkan audiens yang tertarik pada topik tertentu untuk menemukan postingan dengan lebih mudah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ardianti & Widiartanto yang menunjukkan bahwa pemilihan dan penggunaan hastag yang tepat dapat secara signifikan meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten di Instagram. Hastag yang relevan tidak hanya membantu dalam mengorganisir konten tetapi juga memungkinkan postingan untuk muncul dalam pencarian terkait dengan topik atau tema tertentu (Pohkrel, 2024).

Dengan penerapan hastag yang konsisten dan terencana, Instagram PT XYZ dapat memperluas audiens mereka dan menarik perhatian pengguna yang belum mengikuti akun tersebut, namun memiliki minat terhadap topik yang relevan. Selain itu, hastag memudahkan pengikut untuk menemukan konten yang sesuai dengan tema tertentu, meningkatkan kemungkinan mereka untuk berinteraksi dengan postingan yang dibagikan.



Gambar 1. Penggunaan Hastag

3.3 Content Plan

Perancangan content plan pada Instagram PT XYZ dirancang untuk memastikan setiap konten yang diunggah dapat mendukung tujuan pemasaran perusahaan. Rencana konten ini mencakup jenis-jenis postingan yang beragam, mulai dari konten produk, konten edukasi, hingga konten edukatif dan promosi. Setiap konten disesuaikan dengan audiens target dan selaras dengan identitas merek perusahaan, memastikan pesan yang disampaikan konsisten dan relevan. Selain itu, content plan ini juga mencakup penjadwalan waktu posting yang optimal serta pemilihan hastag yang tepat untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan, dengan pemantauan kinerja konten secara berkala untuk mengoptimalkan strategi ke depan.

Pembuatan konten plan dimulai dari bulan Maret 2024 sampai dengan Juni 2024 digunakan sebagai panduan dalam setiap postingan yang diupload.

EDITORIAL CONTENT PERIODE 2024									
PUBLISH DATE	STAGING	TOPIC/ TITLE	COPYWRITING	CAPTION	ASET	CONTENTS			
						FORMATS	BRIEF		
Day	Date						Design		
WEEK 1									
Naha Man Surip	01/05/24	Idea	Liter				Single post	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanis	02/05/24	Publish	Produk Supreme American Pilo	<p>New Color Type Supreme</p> <p>With</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Non Allergic MicrobeFungi 2. Knitting 3. Spring Plus PE Guard 4. Medium Firm 	<p>Hey, sahabat! Siapa di sini yang butuh tidur nyenyak dan bemping indah setiap malam? 🌙 Dengan New Color Type Supreme dari American Pilo, tidur nyenyak dan bemping indah dan jernih jadi lebih mudah! 🌟 Dapatkan sekarang Medium Firm dengan diskon Spring Plus PE Guard-nya. Tinggal aja lagi? Coba sekarang juga dan rasakan perbedaannya! 🛏️</p> <p>-----</p> <p>American Pilo Discover the True Comfort</p> <p>🌐 www.americapilo.com</p>		Single post	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Jurfat	03/05/24	Publish	Kamu Tim Mana?	<p>Kamu Tim Mana?</p> <p>Tidur Nyenyak Dengan Selimut Atau Tidur Nyenyak Tanpa Selimut</p>	<p>Siapa di sini yang udah pernah nanya? 🤔 Udh pernah nanya tidur nyenyak dengan selimut ci kasar dari American Pilo? Bkn, tidur nyenyak nanya "sahabat siapa selimut dan siapa hangat" 🌞. Yaa, drsya pahami! Kudu nanya dulu siapa drsya nanya di mana komentar! Siapa tahu bisa jadi inspirasi buat yang belum nanya! 🛏️</p> <p>American Pilo Discover the True Comfort</p> <p>🌐 www.americapilo.com #BuyAmericanPiloDiscovertheTrueComfort</p>		Reels	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sabia	04/05/24	Idea					Single post	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
WEEK 2									
Serin	06/05/24	Publish	Produk Supreme American Pilo	<p>Varies Color Type Supreme</p> <p>Headboard Madid</p> <p>With</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Non Allergic MicrobeFungi 2. Knitting 3. Spring Plus PE Guard 4. Medium Firm 	<p>Kamu lagi cari bemping yang bikin tidur nyenyak selagi-selagi bikin kamar makin estetik, Sahabat? Ya, Cobaan dari American Pilo, Varies Color Type Supreme ini! Dengan warna-warna indah dan yang eye-catching dan headboard Madid yang menarik, bemping ini bakal bikin kamar kamu makin estetik dan nyaman. Apalagi dengan fitur non allerge, bahan knitting yang lembut, dan kenyamanan dari spring plus PE guard, bemping yang bikin kamar estetik dengan tidur yang indah? 🛏️</p> <p>American Pilo Discover the True Comfort</p>		Single post	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Gambar 2. Content Plan bulan Maret-Juni

3.4 Interaksi dengan followers

Interaksi dengan followers merupakan salah satu aspek yang penting dalam perancangan sebuah konten, menjadikan tools ini untuk berinteraksi dengan konsumen dan membangun hubungan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk terus berinteraksi dengan konten brand. Interaksi langsung ini mencakup merespon komentar yang ditinggalkan oleh followers pada postingan, menjawab pertanyaan yang diajukan melalui direct message, dan terlibat langsung dalam percakapan yang terjadi di bawah postingan. Selain itu, interaksi yang cepat dan responsif dapat memperkuat persepsi positif terhadap merek dan meningkatkan kemungkinan followers untuk merekomendasikan produk kepada orang lain (Pokhrel, 2024).

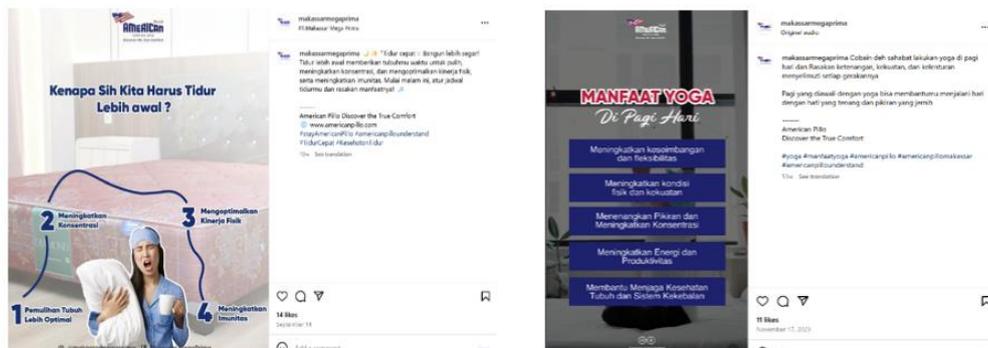
3.5 Jenis-jenis Content

3.5.1 Konten Edukasi

Konten edukasi merupakan salah satu jenis konten yang paling dominan dalam strategi pemasaran. Konten ini bertujuan memberikan informasi yang bermanfaat dan meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk springbed, seperti tips memilih springbed yang tepat, cara merawat springbed agar awet, dan informasi terkait kenyamanan tidur serta teknologi di balik pembuatan springbed. Misalnya, PT XYZ sering memposting gambar dan video yang menunjukkan cara memilih springbed sesuai kebutuhan tubuh dan preferensi tidur. Gambar dan video ini memberikan panduan yang jelas tentang cara memilih ukuran, bahan, dan fitur springbed yang sesuai untuk kenyamanan maksimal.

Menurut Suharyanto (dalam Pokhrel, 2024) konten edukasi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas merek di mata konsumen. Dengan memberikan informasi yang bermanfaat dan relevandapat menciptakan persepsi positif di kalangan pelanggan mereka. Konten edukasi ini tidak hanya membantu konsumen memilih dan merawat springbed dengan cara yang tepat, tetapi juga menunjukkan keahlian dan pengetahuan tentang industri springbed. Hal ini dapat

memperkuat loyalitas konsumen serta menjadikan PT XYZ sebagai pemimpin dan otoritas dalam bidangnya.

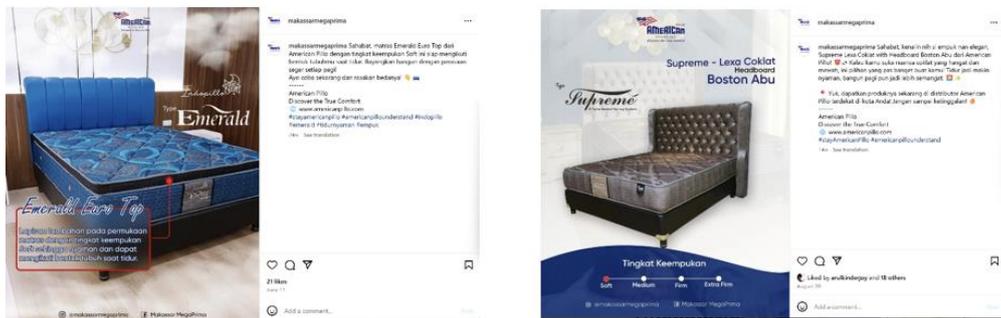


Gambar 3. Konten Edukasi

Konten diatas merupakan salah satu jenis konten edukasi yang diupload pada akun istagram. Konten ini dibuat dalam bentuk foto dan video dan menggunakan elemen elemen desain yang dibuat semenarik mungkin dan lebih modern. Konten edukasi untuk memberikan gambaran tentang edukasi seputar masalah yang sering dialami masyarakat dalam mengatur pola tidur. Konten edukasi springbed memiliki manfaat yang signifikan bagi konsumen, terutama dalam membantu mereka memahami pentingnya memilih springbed yang tepat untuk mendukung kesehatan dan kenyamanan tidur. Dengan informasi yang diberikan, konsumen dapat mengetahui perbedaan antara jenis-jenis springbed, seperti pocket spring, bonnell spring, atau foam mattress, serta keunggulan masing-masing. Selain itu, edukasi mengenai cara perawatan yang benar, seperti membersihkan secara rutin, menggunakan pelindung kasur, dan menghindari kebiasaan yang merusak, membantu memperpanjang usia pakai springbed.

Tidak hanya itu, konsumen juga lebih paham tentang fitur tambahan, seperti material hypoallergenic untuk menghindari alergi atau teknologi pendingin untuk kenyamanan tidur. Dengan edukasi ini, konsumen dapat membuat keputusan yang cerdas, menginvestasikan produk yang berkualitas, serta menciptakan kualitas tidur yang lebih baik untuk mendukung aktivitas sehari-hari.

3.5.2 Konten Produk



Gambar 4. Konten Produk

Jenis konten ini dirancang agar konsumen dapat memilih dan membedakan jenis springbed yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Springbed American Pillo

sendiri mempunyai beberapa jenis dan tipe tersendiri dengan adanya konten ini akan mempermudah konsumen dalam memilih jenis Kasur yang diinginkan.

Konten produk springbed memberikan manfaat besar bagi konsumen yang sedang mencari solusi untuk meningkatkan kualitas tidur. Dengan menyajikan informasi detail tentang spesifikasi produk, seperti bahan yang digunakan, teknologi pendukung kenyamanan, serta ukuran yang tersedia, konsumen dapat dengan mudah memahami fitur dan keunggulan setiap jenis springbed.

Selain itu, konten produk juga membantu konsumen membandingkan berbagai pilihan, mulai dari tingkat kekerasan kasur hingga kemampuan sirkulasi udara yang memengaruhi kenyamanan tidur. Informasi harga, promo, dan ulasan pelanggan yang disertakan juga mempermudah konsumen dalam membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Dengan konten ini, konsumen tidak hanya mendapatkan pemahaman lebih baik tentang produk, tetapi juga merasa yakin dalam memilih springbed yang mendukung tidur berkualitas dan gaya hidup sehat.

3.5.3 Konten Hiburan

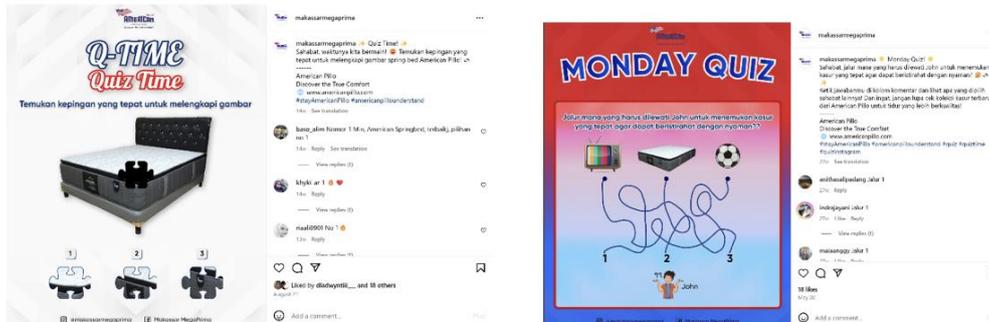


Gambar 5. Konten Hiburan

Pembuatan jenis konten yang satu ini menggunakan elemen-elemen desain yang kreatif dan pemilihan kata kata yang sesuai juga dipertimbangkan sehingga audience tidak merasa bosan dan terhibur dengan konten yang up to date. Hal tersebut selaras dengan salah satu penelitian terdahulu yang memiliki asumsi bahwa konten hiburan digunakan sebagai media penyebaran informasi dengan penggunaan pesan yang santai agar lebih mudah untuk diterima oleh audience. Selain itu, dalam menyajikan konten hiburan perlu diperhatikan agar tidak berlebihan dan keluar dari konteks image yang dimiliki perusahaan (Nafsyah et al., 2022).

Konten hiburan ini dibuat bertujuan untuk menghibur pengguna melalui elemen-elemen kreatif seperti video lucu, meme populer, tantangan viral, atau kuis interaktif yang mengundang partisipasi. Konten ini tidak hanya mengisi waktu luang, tetapi juga memberikan dampak positif, seperti mengurangi stres, memperbaiki suasana hati, dan menciptakan momen menyenangkan di tengah rutinitas. Manfaatnya juga dirasakan oleh kreator atau brand yang menggunakannya sebagai strategi untuk meningkatkan keterlibatan (engagement) dengan audiens. Dengan pendekatan santai, konten hiburan mampu menarik perhatian lebih banyak pengguna, memperkuat loyalitas komunitas, dan menjangkau audiens baru dengan cara yang relevan dan mudah diterima.

3.5.4 Konten Kuis



Gambar 6. Konten Kuis

Konten kuis adalah konten interaktif yang dirancang untuk mendorong audiens berpartisipasi dengan menjawab pertanyaan atau tantangan yang berkaitan dengan topik tertentu. Konten ini biasanya diadakan sekali sebulan, di mana follower pertama yang berhasil menjawab pertanyaan dengan benar akan mendapatkan hadiah sesuai yang dijelaskan dalam deskripsi kegiatan. Kuis tersebut bisa mencakup berbagai topik, seperti preferensi tidur, jenis springbed yang paling sesuai, fakta menarik seputar perawatan springbed, atau bahkan mencocokkan gambar yang terpisah. Manfaatnya sangat signifikan baik untuk audiens maupun brand. Bagi audiens, kuis menawarkan pengalaman yang menyenangkan dan edukatif, sekaligus membantu mereka lebih memahami pilihan tidur yang tepat dan cara merawat springbed. Di sisi lain, bagi brand, konten kuis meningkatkan interaksi dengan pengikut, mempererat hubungan, dan menciptakan kesan positif terhadap produk yang ditawarkan. Melalui pendekatan yang seru dan ringan, kuis ini dapat menghubungkan edukasi produk dengan pengalaman hiburan yang bermanfaat bagi pengguna.

3.5.5 Strategi Promosi

Pada dasarnya, Instagram sebagai salah satu media komunikasi visual yang bisa digunakan untuk keperluan media promosi sehingga tampilan dalam konten Instagram tidak bisa lepas dari elemen-elemen desain. Berbagai elemen-elemen desain pada konten diperlukan untuk visualisasi. Gambaran grafis biasanya merupakan komposisi dari elemen desain yang berbeda-beda meliputi teks, elemen grafis, ikon dan simbol, bentuk dan emosi, serta warna (Gusti et al., 2022). Untuk meningkatkan jangkauan dan menarik lebih banyak pengikut, fitur promosi dari Instagram dimanfaatkan secara optimal, termasuk penggunaan iklan Ads yang tersedia di platform. Dengan strategi promosi yang tepat, konten dapat muncul di beranda pengguna yang sesuai dengan target demografi, sehingga meningkatkan peluang keterlibatan audiens. Selain itu, kolaborasi dengan content creator yang relevan dilakukan untuk memperkuat interaksi dan memperluas jangkauan konten. Pemanfaatan iklan Ads memungkinkan penyampaian pesan yang lebih terarah dan efektif, sehingga meningkatkan visibilitas akun serta menarik lebih banyak pengikut baru.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa strategi konten yang terencana dan sesuai dengan karakteristik audiens memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan dan visibilitas akun. Melalui pemanfaatan berbagai jenis konten, seperti edukasi produk, promosi, dan interaksi dengan pengikut, perusahaan dapat membangun brand awareness yang lebih kuat. Selain itu, penggunaan fitur Instagram, seperti Stories, Reels, dan iklan Ads, terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi dengan content creator juga berkontribusi dalam meningkatkan engagement dan daya tarik konten. Dengan pendekatan yang tepat dalam perancangan konten, PT XYZ dapat mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Gusti, D. A. N. S. K. P., Alit, K. D., & Agus, N. A. P. (2022). Strategi Dan Penerapan Desain Konten Marketing Di Instagram Sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution. *VISWA DESIGN: Journal of Design*, 2(1), 2022–2037. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/viswadesign/article/download/1584/492>
- Nafsyah, A. S., Maulidiah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Αγαν*, 15(1), 37–48.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>