

PERANCANGAN BUKU PANDUAN OPTIMALISASI ALGORITMA INSTAGRAM TRANSJATIM UNTUK MENJANGKAU AKUN LEBIH LUAS

Rafli Sudarsono¹

¹Universitas Negeri Surabaya
email: rafliez3108@gmail.com

Received:
1-02-2026
Reviewed:
8-02-2026
Accepted:
21-02-2026

ABSTRAK: Perkembangan media sosial mengubah pola komunikasi visual instansi layanan publik, namun akun Instagram Transjatim belum optimal menjangkau audiens karena perancangan konten belum sepenuhnya diselaraskan dengan cara kerja algoritma distribusi Instagram. Penelitian ini bertujuan merancang sistem desain komunikasi visual berbasis algoritma Instagram sebagai panduan pengelolaan konten akun resmi Transjatim agar informasi transportasi lebih mudah diakses, interaktif, dan berdampak pada peningkatan jangkauan. Metode penelitian bersifat kualitatif dengan pendekatan perancangan melalui observasi akun, wawancara pengelola media sosial, analisis insight, serta studi literatur tentang algoritma Instagram dan komunikasi visual digital; data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman (reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan). Hasil perancangan berupa buku panduan visual yang memuat struktur konten, prinsip desain, format video pendek, pemanfaatan audio trending, strategi pembuka (hook), kolaborasi (*collab post*), serta tata kelola hashtag. Implementasi strategi utama penjadwalan unggah sesuai jam aktif, penggunaan musik tren, dan *collab post* untuk meningkatkan performa dari rata-rata 116.200 tayangan menjadi lebih dari 2,3 juta tayangan. Buku panduan ini bermanfaat bagi Transjatim, kreator konten, dan pelaku UMKM sebagai acuan praktis optimasi konten berbasis platform.

Kata Kunci: Instagram, algoritma, media sosial, strategi konten, Transjatim

ABSTRACT: The development of social media has changed the patterns of visual communication in public service agencies, but Transjatim's Instagram account has not been able to optimally reach its audience because the content design has not been fully aligned with the way Instagram's distribution algorithm works. This study aims to design a visual communication system based on Instagram's algorithm as a guide for managing Transjatim's official account

content so that transportation information is more accessible, interactive, and has an impact on increasing reach. The research method is qualitative with a design approach through account observation, interviews with social media managers, insight analysis, and literature studies on Instagram algorithms and digital visual communication; data is analyzed using the Miles & Huberman model (reduction, presentation, and conclusion drawing). The design results are in the form of a visual guidebook containing content structure, design principles, short video formats, the use of trending audio, opening strategies (hooks), collaborations (collab posts), and hashtag management. The implementation of key strategies, such as scheduling posts according to peak hours, using trending music, and collab posts, increased performance from an average of 116,200 views to over 2.3 million views. This guidebook is useful for Transjatim, content creators, and MSME players as a practical reference for platform-based content optimization.

Keywords: *Instagram, algorithm, social media, content strategy, Transjatim*

PENDAHULUAN

Instansi merupakan organisasi atau lembaga yang memiliki fungsi, tugas, dan wewenang tertentu untuk mencapai tujuan yang ditetapkan negara atau pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, dengan struktur organisasi, tata kerja, dan sumber daya untuk memberikan pelayanan publik (Widiastuti & Santosa, 2021). Instansi pemerintah berperan sebagai penyelenggara layanan publik agar kebutuhan masyarakat terpenuhi secara efektif, efisien, dan akuntabel (Ramadhani et al., 2020). Selaras dengan amanat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang mengharuskan standar pelayanan yang jelas dan terukur. Dalam konteks pelayanan publik masa kini, kualitas layanan juga ditentukan oleh kemampuan instansi dalam mengomunikasikan informasi secara cepat, tepat, dan mudah diakses masyarakat.

Perkembangan era digital menjadikan media sosial bagian penting dalam kehidupan sehari-hari dan tidak lagi sekadar sarana komunikasi antarindividu, tetapi juga alat promosi, penyebaran informasi, hingga pelayanan publik oleh lembaga pemerintah. Perkembangan teknologi informasi mendorong instansi pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai strategi meningkatkan kualitas layanan publik yang lebih cepat, transparan, dan mudah dijangkau (Wulandari & Fitrani, 2022). Putri (2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah dapat mendekatkan instansi dengan masyarakat sekaligus menyampaikan informasi layanan secara lebih efektif, sehingga pemanfaatannya menjadi bentuk adaptasi terhadap masyarakat yang semakin melek digital dan mendukung pelayanan yang responsif serta berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Salah satu platform yang populer adalah Instagram karena sifatnya visual, fiturnya beragam, dan penggunaanya luas terutama di kalangan generasi muda (Putri & Handayani, 2022). Instagram memiliki algoritma yang kompleks dan terus diperbarui dan distribusi konten dipengaruhi waktu unggah, durasi video yang singkat dan padat, kualitas visual, penggunaan audio yang sedang tren, frekuensi interaksi *content creator* dan *followers*, serta penggunaan tag dan *hashtag* yang sesuai (Dwiputra, 2022). Konten yang terstruktur jelas, visual menarik, dan memanfaatkan *reels*, *stories*, serta *live* terbukti meningkatkan visibilitas akun (Lestari & Wijaya, 2023). Sementara audio viral dan hook pada detik pertama membantu

menjangkau lebih banyak pengguna (Rahmawati & Firmansyah, 2020). Secara konseptual, algoritma Instagram merupakan sistem berbasis kecerdasan buatan yang menganalisis perilaku pengguna, preferensi, serta pola interaksi untuk menentukan konten paling relevan ditampilkan. Tidak hanya berdasarkan *like* dan komentar, tetapi juga waktu unggahan, kedekatan relasi, konsistensi konten, serta interaksi berulang seperti *share*, *save*, dan *replay* (Puspita & Hidayat, 2020).

Pemahaman cara kerja algoritma menjadi krusial bagi instansi pemerintah karena dapat mengoptimalkan penyebaran pesan layanan publik secara lebih luas dan efisien tanpa biaya promosi berlebih (Puspita & Hidayat, 2020). Strategi konten yang menyesuaikan insight audiens, pola *prime time*, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti polling, Q&A, *story*, dan *reels* memungkinkan terciptanya *engagement* lebih tinggi dan meningkatkan kepercayaan publik (Astuti & Wahyuni, 2021). Konten Instagram sebagai materi visual juga dapat dimaksimalkan untuk komunikasi dan branding melalui pemanfaatan fitur *feed*, *story*, *reels*, dan *live* yang efektif meningkatkan *awareness* dan *engagement* (Saragih & Harahap, 2021). Selain itu, membantu memperluas jaringan dan interaksi audiens (Septiani, 2020). Namun, tuntutan ideal komunikasi publik yang terencana dan interaktif tersebut belum sepenuhnya sejalan dengan realitas pengelolaan akun instansi yang masih belum optimal.

Kesenjangan tersebut terlihat pada Transjatim sebagai layanan angkutan massal berbasis bus rapid transit (BRT) di Provinsi Jawa Timur yang bertujuan meningkatkan konektivitas dan mobilitas masyarakat melalui transportasi publik yang aman, nyaman, dan terjangkau. Transjatim mulai beroperasi sejak 2022 dan terus mengembangkan koridor serta integrasi layanan (Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur, 2022). Namun masih menghadapi tantangan promosi layanan, keterlibatan masyarakat, dan penyebaran informasi yang belum optimal (Fatimah, 2023). Banyak akun resmi pemerintah belum memiliki strategi konten terencana (Sari & Maulida, 2021) serta menghadapi kendala keterbatasan SDM dan belum adanya strategi komunikasi digital yang jelas (Handayani, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana konsep buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim untuk menjangkau akun lebih luas, bagaimana proses perancangan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim untuk menjangkau akun lebih luas, serta bagaimana hasil perancangan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim untuk menjangkau akun lebih luas. Tujuan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk merancang konsep buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim agar dapat menjangkau akun lebih luas dan mudah dipahami oleh *content creator* Transjatim. Selain itu, penelitian ini juga mendeskripsikan proses perancangan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim untuk memperluas jangkauan akun. Pada akhirnya, penelitian ini menghasilkan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram yang dapat digunakan sebagai acuan oleh *content creator* Transjatim. Berdasarkan landasan konseptual yang telah diuraikan, penelitian ini mengasumsikan bahwa perancangan buku panduan berbasis algoritma Instagram berpotensi meningkatkan efektivitas pengelolaan konten, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan keterlibatan pengguna dibandingkan dengan pengelolaan konten yang belum menerapkan strategi berbasis algoritma.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode perancangan berbasis praktik (*practice-based research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian

berfokus pada eksplorasi dan pengembangan strategi optimalisasi algoritma Instagram yang diterapkan secara langsung pada akun resmi Transjatim (@officialtransjatim). Pada penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses observasi, eksperimen, analisis, dan perancangan produk (Sugiyono, 2019). Desain penelitian ini mengintegrasikan model analisis data Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) serta metode perancangan *The Design Method* dari Eric Karjaluoto yang diadaptasi melalui tahapan *Discovery, Planning, Creative, dan Application* (D-P-C-A). Model ini digunakan sebagai kerangka sistematis dalam memahami permasalahan, merumuskan strategi, mengembangkan konsep buku panduan, hingga menghasilkan produk final. Berikut alur dan penjelasan 4 tahapan dalam perancangan ini.



Gambar 1. Alur perancangan (Sumber: Sudarsono, 2025)

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada perancangan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram untuk meningkatkan jangkauan akun Transjatim. Objek penelitian mencakup strategi distribusi konten berbasis algoritma Instagram, khususnya tiga elemen utama yaitu penjadwalan waktu unggah (*prime time*), penggunaan audio trending, dan pemanfaatan fitur kolaborasi (*collab post*). Variabel operasional dalam penelitian ini meliputi efektivitas jangkauan (*reach*), impresi, tingkat interaksi (*likes*, komentar, *share*, *save*), serta pertumbuhan insight akun sebelum dan sesudah penerapan strategi algoritma. Buku panduan yang dirancang menjadi luaran utama penelitian sebagai media pembelajaran praktis berbasis pengalaman empiris.

Sasaran penelitian terdiri atas dua kelompok, yaitu subjek dan informan. Subjek penelitian adalah akun Instagram resmi Transjatim (@officialtransjatim) yang dikelola selama periode magang peneliti. Informan penelitian meliputi mentor magang sekaligus pengelola media sosial Transjatim yang dipilih secara *purposive* karena keterlibatannya langsung dalam pengelolaan konten. Penelitian dilaksanakan di lingkungan kerja pengelolaan media sosial Transjatim selama periode magang, dengan proses observasi dan eksperimen dilakukan secara berkelanjutan hingga tahap evaluasi strategi dan perancangan buku panduan selesai.

Bahan dan alat utama dalam penelitian ini meliputi perangkat *smartphone* dan *laptop* untuk produksi serta publikasi konten, aplikasi Instagram Business sebagai sumber data insight, fitur profesional dashboard, audio trending pada reels, serta perangkat lunak desain grafis untuk perancangan buku panduan. Instrumen penelitian berupa pedoman observasi terstruktur, panduan wawancara semi-terstruktur, serta dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) insight akun. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dengan eksperimen terencana pada konten Instagram, dokumentasi performa insight sebelum dan sesudah penerapan strategi, serta wawancara mendalam dengan mentor pengelola akun. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, konten edukatif digital (YouTube, podcast, dan unggahan praktisi), serta dokumentasi resmi fitur Instagram sebagai bentuk triangulasi.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan mengelompokkan hasil eksperimen berdasarkan jenis strategi algoritma dan dampaknya terhadap performa akun. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel

perbandingan insight, dan dokumentasi visual berupa tangkapan layar. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan hasil eksperimen, temuan wawancara, dan referensi teoretis untuk merumuskan strategi yang paling efektif. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan buku panduan melalui tahapan *Discovery* yaitu identifikasi masalah dan pengumpulan data), *Planning* yaitu perumusan strategi dan struktur buku, *Creative* meliputi pengembangan konten dan desain visual), dan *Application* yaitu produksi serta finalisasi buku panduan. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menghasilkan temuan empiris mengenai efektivitas strategi algoritma Instagram, tetapi juga menghasilkan produk desain berupa buku panduan yang aplikatif dan berbasis data lapangan.

KERANGKA TEORETIK

Kerangka teoretik dalam penelitian ini berangkat dari konsep komunikasi publik digital yang menempatkan media sosial sebagai sarana strategis dalam penyebaran informasi layanan publik. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dua arah, tetapi juga menjadi medium distribusi pesan yang dipengaruhi sistem algoritmik. Dalam konteks institusi pemerintah, pemanfaatan media sosial mendukung aksesibilitas informasi, transparansi, serta citra institusi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga pengelolaannya perlu dilakukan secara terencana dengan mempertimbangkan karakteristik platform dan perilaku audiens digital agar pesan layanan publik tersampaikan lebih efektif.

Penelitian ini juga merujuk pada konsep algoritma Instagram sebagai sistem berbasis kecerdasan buatan yang mengatur distribusi konten berdasarkan relevansi, interaksi, dan preferensi pengguna. Algoritma menganalisis indikator seperti waktu unggah, durasi tontonan, tingkat interaksi (like, komentar, share, save), serta kedekatan relasi antara akun dan pengikut untuk menentukan keluasan tampilan konten di feed maupun halaman eksplor. Karena itu, pemahaman terhadap cara kerja algoritma menjadi krusial bagi akun layanan publik agar jangkauan konten dapat diperluas secara organik dan efisien tanpa ketergantungan pada promosi berbayar.

Selain aspek algoritmik, penelitian ini berpijak pada teori desain komunikasi visual yang menekankan pentingnya struktur konten, kualitas visual, tipografi, warna, komposisi, dan konsistensi identitas visual dalam membangun kredibilitas serta memudahkan pemahaman pesan. Desain konten Instagram tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada efektivitas komunikasi, sehingga konsep visual storytelling relevan untuk mengemas informasi layanan publik secara ringkas, informatif, dan menarik agar lebih mudah dipahami, diingat, dan dibagikan oleh pengguna. Kerangka teoretik ini juga didukung konsep engagement digital yang menempatkan interaksi audiens sebagai indikator keberhasilan distribusi konten, tidak hanya dari jumlah pengikut, tetapi dari partisipasi aktif seperti komentar, penyimpanan, berbagi ulang, serta durasi konsumsi konten.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, optimalisasi algoritma media sosial terbukti meningkatkan visibilitas dan efektivitas komunikasi digital, namun sebagian kajian masih berfokus pada analisis performa konten atau strategi praktis dalam bentuk digital tanpa menghasilkan panduan terstruktur berbasis desain komunikasi visual yang kontekstual bagi institusi publik. Kesenjangan tersebut menjadi dasar penelitian ini untuk merancang buku panduan optimalisasi algoritma Instagram yang sistematis, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan akun resmi Transjatim. Dengan mengintegrasikan konsep komunikasi publik digital, algoritma Instagram, desain komunikasi visual, serta engagement digital, kerangka

teoretik ini menjadi landasan dalam perancangan buku panduan sebagai media strategis untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens layanan transportasi publik di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berupa buku panduan *Perancangan Buku Panduan Optimalisasi Algoritma Instagram Transjatim untuk Menjangkau Akun Lebih Luas* yang dirancang untuk membantu tim pengelola akun @officialtransjatim memahami dan menerapkan prinsip kerja algoritma Instagram secara terstruktur. Perancangan buku dilakukan melalui tahapan discovery, planning, creative, dan application dengan pendekatan kualitatif melalui observasi performa akun, analisis insight sebelum dan sesudah, wawancara pengelola media sosial, serta studi literatur, sehingga menghasilkan panduan yang berbasis temuan lapangan, sistematis, aplikatif, dan efektif dalam meningkatkan jangkauan, interaksi, serta performa akun sesuai mekanisme algoritma Instagram.

A. Discovery

Pada tahap *discovery*, peneliti menggali temuan selama magang di Transjatim melalui observasi dan eksperimen sederhana pada pengelolaan akun Instagram resmi @officialtransjatim, khususnya terkait pengaturan waktu unggah, penggunaan audio trending, dan pemanfaatan fitur kolaborasi, sehingga ditemukan bahwa jangkauan dan interaksi konten sangat dipengaruhi strategi yang digunakan. Hasil pengamatan menunjukkan unggahan pada pagi hari pukul 05.00–07.00 WIB cenderung memperoleh jangkauan lebih tinggi, penggunaan audio trending memperluas insight karena berpeluang masuk halaman audio viral dan rekomendasi, serta fitur kolaborasi meningkatkan jangkauan karena satu unggahan dapat tampil di dua akun sekaligus. Observasi kondisi awal dan wawancara dengan admin media sosial juga menunjukkan ketiga strategi tersebut belum diterapkan secara konsisten karena pengelolaan konten lebih berfokus pada kesiapan materi tanpa analisis perilaku audiens, sehingga temuan ini menjadi dasar penentuan tiga strategi utama dalam penyusunan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram Transjatim.

B. Planning

Tahap planning merupakan tahap perencanaan konsep buku panduan setelah permasalahan akun Instagram Transjatim teridentifikasi, dengan menetapkan fokus strategi optimalisasi algoritma melalui penyesuaian waktu unggah pada pukul 06.00–08.00 WIB dan 17.00–19.00 WIB, penggunaan audio trending, serta pemanfaatan fitur kolaborasi agar konten lebih luas menjangkau audiens. Dari sisi visual, buku dirancang dalam format A5 dengan gaya sederhana dan minimalis menggunakan tone warna #0097B2 dan #7ED957 serta tipografi League Spartan, Archivo Black, dan Montserrat Arabic untuk menjaga konsistensi desain, meningkatkan keterbacaan, dan memperkuat kesan profesional.

C. Creative

Tahap creative merupakan tahap penting dalam perancangan buku panduan yang menerjemahkan hasil perencanaan konseptual ke dalam bentuk visual dan isi yang konkret melalui pengembangan desain halaman, tata letak, tipografi, warna, serta penyusunan materi secara terstruktur sesuai kebutuhan pengguna. Proses ini memastikan buku tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, mudah dipahami, dan menarik secara visual melalui

penggunaan gaya desain sederhana, konsistensi tone warna identitas Transjatim, tipografi yang mendukung keterbacaan, serta elemen pendukung yang relevan. Analisis dilakukan melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan sehingga menghasilkan desain yang responsif terhadap tren, konsisten secara visual, dan mampu menyampaikan identitas secara sederhana namun kuat serta mudah dipahami.

Perancangan cover depan buku panduan dilakukan secara sistematis untuk memastikan desain selaras dengan identitas Transjatim sekaligus relevan dengan target audiens pengguna media sosial, khususnya generasi muda. Elemen utama yang ditetapkan sejak awal adalah logo bus Transjatim sebagai identitas resmi lembaga penyedia layanan transportasi publik, karena logo berfungsi menjaga kepercayaan dan memperkuat citra institusional. Selanjutnya dilakukan eksplorasi gaya visual yang lebih modern dan atraktif agar sesuai karakter Gen Z sebagai pengguna utama Instagram, melalui pemilihan tone warna #0097B2 dan #7ED957 yang melekat pada citra Transjatim, penambahan ikon Instagram, simbol viral dan trending, serta elemen grafis yang merepresentasikan konsep algoritma. Seluruh elemen dipadukan menggunakan software desain grafis seperti Canva atau Pixellab dengan prinsip kesederhanaan agar mudah dipahami namun tetap menarik, sehingga menghasilkan cover yang komunikatif, memadukan kesan resmi dan modern, serta mendukung fungsi buku sebagai panduan praktis bagi tim media sosial Transjatim dalam memahami strategi optimalisasi algoritma Instagram.



Gambar 2. Cover Depan (Sumber: Sudarsono 2025)

Pendekatan desain yang memadukan gaya Gen Z pada cover depan dipilih secara strategis untuk menyesuaikan karakteristik audiens utama Transjatim di media sosial, yakni generasi muda yang aktif menggunakan Instagram. Tampilan yang modern dan atraktif serta dilengkapi elemen visual populer seperti ikon Instagram, simbol viral, trending, dan tema algoritma diarahkan untuk meningkatkan daya tarik sekaligus mempermudah pemahaman materi panduan, sejalan dengan temuan bahwa desain visual adaptif sesuai preferensi Gen Z meningkatkan keterlibatan dan efektivitas penyampaian pesan (Smith et al., 2022). Dalam kerangka metode Miles dan Huberman yang lebih kontemporer (Saldaña, 2021), penggunaan gaya Gen Z pada cover dapat dipahami sebagai bentuk reduksi data dan penyajian data visual yang terfokus, yakni memilih elemen-elemen penting untuk komunikasi inti dan menghindari informasi yang membingungkan. Dengan demikian, desain cover tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dalam mendukung interpretasi dan pemahaman pembaca agar buku panduan digunakan lebih praktis dan efektif oleh tim media sosial Transjatim.

Latar belakang desain buku panduan ini berangkat dari kebutuhan Transjatim sebagai penyedia layanan transportasi publik untuk memaksimalkan jangkauan informasi kepada masyarakat melalui Instagram. Sebagai akun resmi layanan publik, @officialtransjatim memiliki tanggung jawab menyampaikan informasi yang akurat, menarik, dan mudah

dipahami oleh pengguna yang mayoritas masyarakat umum serta generasi muda yang aktif di media sosial. Karena itu, diperlukan panduan yang tidak hanya memuat strategi optimalisasi algoritma Instagram, tetapi juga dirancang dengan pendekatan visual sesuai karakteristik target audiens, agar dapat digunakan langsung oleh tim media sosial Transjatim dalam menyusun konten, memahami strategi algoritma, dan menerapkan praktik terbaik sesuai tren. Keberadaan buku panduan ini diharapkan membuat proses produksi konten lebih terarah, efektif, dan mampu membantu Transjatim menjangkau audiens lebih luas secara konsisten.

Struktur buku kemudian disusun melalui daftar isi yang berfungsi sebagai elemen navigasi agar pembaca dapat mengakses materi secara sistematis dan runtut sesuai urutan pembelajaran. Dalam konteks buku panduan optimalisasi algoritma Instagram untuk Transjatim, daftar isi disusun terstruktur dari pengantar hingga langkah-langkah praktis penerapan strategi agar alur materi mudah diikuti dan mendukung proses belajar yang logis. Penyusunan ini memastikan seluruh materi dapat ditemukan dengan jelas serta membantu pengguna buku memahami keterkaitan antarstrategi sebelum masuk ke praktik penerapan.

Bab pertama berfokus pada strategi memaksimalkan kualitas dan materi konten sebagai fondasi utama peningkatan performa akun Instagram Transjatim. Materi diarahkan agar tim media sosial memahami pentingnya membuat konten yang informatif, menarik, dan relevan, dengan penekanan pada pemilihan topik yang sesuai, penyampaian pesan yang jelas, serta penggunaan elemen visual yang mendukung kualitas konten secara keseluruhan. Pembahasan kualitas konten menegaskan bahwa narasi yang jelas, pemilihan gambar atau video berkualitas tinggi, dan penyampaian pesan yang selaras dengan citra layanan publik yang profesional akan membantu membangun kepercayaan sekaligus meningkatkan interaksi. Selain itu, bab ini memberi panduan praktis perencanaan konten secara sistematis, mulai dari riset kebutuhan audiens, penyusunan tema, hingga evaluasi hasil, sehingga konten yang dipublikasikan lebih menarik dan informasi layanan Transjatim tersampaikan lebih luas dan efektif.



Gambar 3. Bab 1 dan Kualitas konten HD dan buram (Sumber: Sudarsono 2025)

Bab kedua membahas strategi join trend dengan hook di awal video sebagai teknik untuk meningkatkan peluang konten dilihat lebih banyak orang. Materi difokuskan pada pentingnya menciptakan pembuka yang langsung menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama, sekaligus memanfaatkan tema populer yang sedang viral agar konten lebih relevan tanpa mengabaikan nilai informatif layanan publik. Bab ini juga memberikan panduan praktis untuk mengidentifikasi tren yang sesuai, menyesuaikan pesan agar tetap informatif dan sejalan dengan citra resmi lembaga, serta merancang opening video yang kuat sehingga konten lebih mudah menjangkau audiens luas dan meningkatkan interaksi. konten yang menarik dan sesuai tren populer. Materi disusun untuk mendorong pembuatan opening video yang memikat perhatian sejak detik pertama, sekaligus menyesuaikan tema viral agar tetap relevan dan sesuai dengan pesan layanan publik yang ingin disampaikan.



Gambar 4. Bab 2 dan Video Hook (Sumber: Sudarsono 2025)

Bab ketiga menekankan strategi penggunaan video pendek berdurasi 1–15 detik untuk menyesuaikan preferensi pengguna Instagram serta meningkatkan peluang distribusi algoritmik. Video berdurasi pendek dinilai lebih mudah menarik perhatian, mengurangi risiko penonton melewati konten, serta meningkatkan kemungkinan tonton selesai (completion rate) sebagai indikator performa algoritma. Format yang ringkas namun padat informasi membantu pesan layanan publik Transjatim lebih cepat dipahami tanpa kehilangan inti komunikasi, sekaligus memperbesar peluang konten masuk rekomendasi atau halaman eksplor karena algoritma memprioritaskan konten berinteraksi tinggi dalam waktu singkat.

Bab keempat membahas strategi penggunaan musik viral atau trending untuk meningkatkan peluang distribusi konten oleh algoritma Instagram. Musik trending dipahami sebagai elemen yang membantu menarik perhatian audiens sejak awal, menciptakan nuansa yang familiar, serta menghubungkan konten Transjatim dengan tren yang diminati pengguna, sehingga berdampak pada peluang rekomendasi konten yang lebih tinggi. Bab ini juga menekankan bahwa pemilihan audio harus tetap relevan dan sesuai citra layanan publik agar konten tetap informatif dan profesional meskipun mengikuti tren. Dengan panduan ini, pemanfaatan tren musik diarahkan sebagai strategi distribusi yang mendukung penyebaran informasi layanan kepada masyarakat tanpa mengurangi kredibilitas pesan utama.

Bab kelima menekankan pentingnya memahami jam upload ketika audiens aktif karena algoritma merespons cepat terhadap keterlibatan awal setelah publikasi. Materi membahas cara membaca insight untuk mengidentifikasi jam sibuk audiens Transjatim serta menyusun penjadwalan yang sesuai perilaku pengguna, sehingga peluang konten dilihat lebih cepat dan lebih banyak dapat meningkat. Selain itu, disajikan panduan evaluasi berkala terhadap performa unggahan agar strategi unggah terus dioptimalkan, mendukung peningkatan jangkauan organik, serta memperkuat interaksi dengan masyarakat melalui pola unggah yang terencana.

Bab keenam membahas strategi aktif berinteraksi dengan audiens sebagai indikator penting yang diperhatikan algoritma dalam menentukan distribusi konten. Membalas komentar, merespons pesan langsung, serta memanfaatkan fitur interaktif dipahami sebagai cara membangun kedekatan dengan pengguna sekaligus meningkatkan peluang konten muncul lebih sering di feed atau eksplor, sehingga jangkauan layanan publik lebih luas. Materi juga menekankan bahwa interaksi perlu dikelola secara konsisten tanpa mengurangi profesionalitas komunikasi layanan publik, karena melalui komunikasi dua arah Transjatim dapat mendengar masukan masyarakat untuk meningkatkan kualitas layanan serta membangun citra sebagai penyedia transportasi yang responsif dan terbuka.

Bab ketujuh membahas strategi memaksimalkan penggunaan tag dan hashtag untuk memperluas jangkauan konten secara organik. Pemilihan hashtag yang relevan dan sesuai tema layanan publik membantu algoritma memahami konteks unggahan dan menempatkannya pada pencarian atau rekomendasi yang tepat sasaran, sementara

penggunaan tag akun resmi, kolaborator, atau pihak terkait dapat memperluas jangkauan melalui jejaring yang sudah ada. Bab ini juga memberikan panduan praktis menyusun kombinasi hashtag umum dan spesifik agar konten lebih mudah ditemukan masyarakat, meningkatkan interaksi organik, dan mendukung penyebaran informasi transportasi secara lebih efektif di Instagram.

Bab kedelapan menekankan strategi penggunaan fitur kolaborasi sebagai pendekatan distribusi lintas akun yang dapat meningkatkan jangkauan, kredibilitas, dan peluang menarik audiens baru. Dengan fitur kolaborasi, konten dapat muncul di dua akun sekaligus sehingga eksposur meningkat dan penyebaran informasi layanan publik dapat memanfaatkan basis pengikut ganda secara bersamaan. Materi juga menegaskan pentingnya memilih mitra yang sesuai dengan citra dan tujuan komunikasi Transjatim, serta merancang konten kolaborasi yang tetap informatif, menarik, dan profesional agar reputasi lembaga terjaga sekaligus efektivitas penyampaian informasi meningkat.

Bab kesembilan membahas strategi menjaga status aktif 1×24 jam melalui Instagram Story untuk mempertahankan konsistensi kehadiran akun. Penggunaan story secara rutin membantu memastikan informasi layanan muncul di bagian teratas linimasa pengguna, meningkatkan peluang dilihat, dan menjaga interaksi harian yang stabil, sekaligus memanfaatkan elemen interaktif seperti polling atau tanya jawab untuk mendorong partisipasi. Konsistensi story juga dipahami sebagai indikator keaktifan akun yang dinilai algoritma, sehingga membantu perluasan rekomendasi konten, mempertahankan keterhubungan dengan pengikut, serta memperkuat citra Transjatim sebagai layanan publik yang responsif dan hadir memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Bab kesepuluh menekankan strategi adaptasi fitur baru dan konsisten update agar konten Transjatim tetap relevan dengan perkembangan Instagram dan preferensi pengguna yang terus berubah. Materi mengarahkan tim media sosial untuk mengenali dan mencoba fitur baru seperti reels, collab, atau notes tanpa mengabaikan pesan layanan publik yang disampaikan, karena platform cenderung memprioritaskan konten yang memanfaatkan fitur terbaru. Selain itu, konsistensi unggahan diposisikan sebagai indikator keaktifan akun yang dinilai positif oleh algoritma, sehingga jadwal unggah yang teratur dan variasi format konten membantu mempertahankan perhatian audiens serta membangun citra profesional yang adaptif dan responsif.

Hasil akhir penerapan strategi dalam buku panduan menunjukkan peningkatan performa yang signifikan pada akun resmi Transjatim, dari sekitar 116.200 tayangan menjadi lebih dari 2.300.000 tayangan dalam periode pengelolaan yang sama. Peningkatan ini menegaskan bahwa pendekatan terstruktur berbasis algoritma memperluas jangkauan audiens sekaligus meningkatkan efektivitas penyampaian informasi layanan publik melalui strategi yang disesuaikan dengan karakter audiens Instagram dan konsistensi pengelolaan konten. Dampak tersebut juga memperkuat citra profesional dan responsif Transjatim, mendukung tujuan layanan transportasi publik untuk menyebarkan informasi secara lebih luas, meningkatkan interaksi, dan membangun kepercayaan masyarakat.

Sebagai penutup, desain cover belakang dibuat minimalis dan selaras dengan tampilan depan dengan penggunaan elemen yang sederhana, yaitu judul buku dan logo Transjatim berukuran kecil di bagian bawah tengah halaman. Pendekatan ini dipilih untuk mempertahankan kesan profesional dan bersih, sekaligus memastikan identitas resmi Transjatim tetap terlihat jelas tanpa mengalihkan fokus dari isi panduan yang informatif.



Gambar 5. Hasil Akhir (Sumber: Sudarsono 2025)

D. Application

Pada tahap *application*, penelitian ini menerapkan analisis Miles & Huberman dengan mereduksi data praktik konten pada akun resmi Transjatim, menyusun temuan utama terkait waktu unggah, penggunaan audio trending, dan fitur kolaborasi, lalu menarik kesimpulan sebagai langkah penerapan strategi untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi sesuai karakter audiens Transjatim. Produk yang dihasilkan berupa buku panduan fisik berukuran A5 dengan spesifikasi: hard cover, isi Copenhagen, teknik jilid hard cover, digital printing, 42 halaman, gaya desain simpel-minimalis, menggunakan font League Spartan, Archivo Black, dan Montserrat Arabic dengan variasi ukuran 10, 15, 18, 44.5, dan 78.2. Final desain divisualisasikan melalui *mock up* cover depan-belakang dan *mock up* materi untuk menunjukkan hasil akhir dari sisi desain, tata letak, dan tampilan keseluruhan, serta isi buku disusun dengan alur yang mudah dipahami melalui penjelasan naratif di awal bab yang dilanjutkan langkah *step by step* agar pembaca memahami materi dari konsep dasar hingga penerapan algoritma Instagram secara praktis.

Pada tahap *pre-test*, akun @officialtransjatim belum menerapkan pengelolaan konten berbasis algoritma secara sistematis sehingga unggahan masih konvensional tanpa perencanaan, berdampak pada jangkauan, interaksi, dan visibilitas yang belum maksimal, terutama karena waktu unggah tidak konsisten, belum memanfaatkan audio trending, dan belum mengoptimalkan fitur kolaborasi yang seharusnya dapat memperluas distribusi konten secara organik. Hasil pengamatan menunjukkan ketidakteraturan waktu unggah membuat algoritma sulit mengenali pola distribusi dan menurunkan peluang interaksi awal, sementara audio yang generic atau tanpa audio mengurangi dorongan distribusi tambahan, serta unggahan tunggal tanpa kolaborator membatasi jangkauan karena tidak memanfaatkan basis pengikut ganda. Pada tahap *post-test*, strategi diterapkan melalui penyesuaian waktu unggah konsisten pada jam aktif (05.00–07.00 WIB dan 16.00–18.00 WIB), penggunaan audio trending (termasuk audio “APT APT”), serta implementasi fitur kolaborasi dengan akun relevan, yang terbukti meningkatkan reach, impression, dan interaksi dibanding tahap awal. Secara keseluruhan, perbandingan insight menunjukkan capaian pre-test sekitar 116,2 ribu tayangan (1 Maret 2025, 16.25 WIB) dengan lebih dari 40 ribu pengikut, kemudian meningkat pada post-test menjadi sekitar 2,3 juta tayangan (3 Juni 2025, 21.43 WIB) disertai pertumbuhan pengikut hingga lebih dari 50 ribu, menegaskan bahwa pemanfaatan algoritma secara tepat meningkatkan performa konten secara substansial.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan buku panduan optimalisasi algoritma Instagram untuk akun resmi Transjatim disusun sebagai solusi atas kebutuhan strategi komunikasi digital yang lebih

terencana agar informasi layanan transportasi publik dapat menjangkau audiens lebih luas dan membangun keterlibatan yang lebih efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tahapan observasi akun, wawancara pengelola media sosial, analisis insight, serta studi literatur mengenai algoritma Instagram dan desain komunikasi visual digital. Proses perancangan menghasilkan buku panduan visual yang memuat struktur konten, prinsip desain visual, format video pendek, penggunaan audio, strategi pembuka (hook), pemanfaatan fitur kolaborasi (*collab post*), serta tata kelola hashtag sebagai bagian dari strategi komunikasi visual berbasis platform. Penerapan strategi utama berupa penjadwalan unggah sesuai jam aktif pengikut, penggunaan audio atau musik yang sedang tren, dan penggunaan fitur kolaborasi terbukti meningkatkan performa akun secara signifikan, dari rata-rata 116.200 tayangan menjadi lebih dari 2,3 juta tayangan dalam periode penerapan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penyelarasan desain konten dengan mekanisme algoritma Instagram dapat meningkatkan jangkauan informasi layanan publik sekaligus memperkuat interaksi audiens pada akun Transjatim.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, buku panduan ini direkomendasikan untuk digunakan sebagai acuan kerja pengelolaan konten Instagram Transjatim agar strategi produksi dan publikasi konten berjalan lebih konsisten serta selaras dengan perkembangan fitur dan pola distribusi *platform*. Pengelola akun disarankan melakukan evaluasi performa secara berkala melalui pemantauan insight agar strategi dapat disesuaikan dengan perubahan perilaku audiens dan tren Instagram, serta menjaga keteraturan jadwal unggah, penguatan hook, pemilihan audio yang relevan, dan kolaborasi dengan akun mitra yang sesuai untuk memperluas jangkauan. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengelolaan konten digital diperlukan agar penerapan strategi berbasis algoritma dapat dilakukan secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas periode penerapan dan memperkaya variasi jenis konten yang diuji, serta melakukan kajian perbandingan antarformat konten atau penerapan pada instansi layanan publik lain, sehingga buku panduan dapat terus disempurnakan dan kontribusi penelitian semakin kuat dalam pengembangan komunikasi publik berbasis media sosial.

REFERENSI

- Astuti, R. N., & Wahyuni, S. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Pemerintah untuk Meningkatkan Pelayanan Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(1), 45-56.
- Astuti, S. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM: Studi Kasus Instagram di Indonesia. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur. (2022). Laporan Kinerja Tahunan Dishub Jatim 2022.
- Dwiputra, A. (2022). Strategi Optimasi Konten Instagram Melalui Pemanfaatan Algoritma. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 113-127.
- Fadilah, N. (2022). Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Media Sosial: Studi Kasus Penggunaan Instagram. *Jurnal Niaga Digital*, 3(1), 45-58.
- Fatimah, N. R. (2023). Analisis Strategi Peningkatan Layanan Transportasi Transjatim melalui Media Digital (Skripsi, Universitas Negeri Surabaya).
- Handayani, N. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Instansi Pemerintah dalam Pelayanan Publik (Skripsi, Universitas Airlangga).
- Handayani, R. (2020). Strategi Pengelolaan Media Sosial Pemerintah Daerah melalui Pemahaman Algoritma Instagram. *Jurnal Komunikasi Publik*, 8(1), 23-34.

- Handayani, S., & Prasetya, D. (2022). Pemanfaatan Fitur Kolaborasi pada Media Sosial Instagram untuk Strategi Komunikasi Digital. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(2), 78–90.
- Lestari, M., & Wijaya, D. (2023). Efektivitas Penggunaan Instagram *Reels* dalam Meningkatkan *Engagement* Content Creator. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(1), 89–101.
- Maulida, S. (2022). Strategi Penggunaan *Hashtag* dalam Meningkatkan Jangkauan Konten Instagram untuk Kampanye Sosial. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Putri, S. A., & Wibowo, B. P. (2022). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Strategi Komunikasi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 5(2), 78–90.
- Putri, S. M. (2021). Strategi Pemerintah Daerah dalam Menggunakan Media Sosial untuk Pelayanan Publik (Skripsi, Universitas Negeri Malang).
- Rahmawati, Y., & Firmansyah, R. (2020). Strategi Komunikasi Digital Menggunakan Musik Trending pada Instagram *Reels*. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 3(2), 30–41.
- Ramadhani, I., Indarini, D., & Maemunah, I. (2020). Pelayanan Publik pada Instansi Pemerintah di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 17(2), 145–154.
- Saragih, P., & Harahap, N. (2021). Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 142–152.
- Sari, P., & Maulida, R. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 115–126.
- Septiani, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Personal Branding oleh Pelaku Usaha Mikro (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastuti, N. M. A., & Santosa, I. B. (2021). Analisis Kinerja Pelayanan Publik pada Instansi Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 5(1), 25–33.