

CONTENT QUALITY AND CAPTION CONSISTENCY IN INSTAGRAM PROMOTION OF POLITEKNIK NEGERI LHOKSEUMAWE

¹Mahrani, ²Raisa Fathia, ³Athina Rizqa, ⁴Andini Putri, ⁵Anwar, ⁶Maulizar,
⁷Yulianisah

Politeknik Negeri Lhokseumawe, Aceh, Indonesia, mahranipiliang06@gmail.com

Received Date. 4 Januari 2024
Revised Date. 19 Januari 2024
Accepted Date. 25 Januari 2024

Keywords:
Compliance, Taxation,
Lhokseumawe

Kata Kunci:
Kepatuhan, Pajak,
Lhokseumawe

ABSTRACT

This study employs a qualitative approach with a descriptive analysis method, chosen to provide an in-depth understanding of the visual content quality and caption consistency on the official Instagram account of Politeknik Negeri Lhokseumawe (@humas_pnl). Data were collected through direct observation of Instagram posts published between January 2023 and January 2024, totaling 184 uploads. The observation focused on identifying patterns in the use of visuals, the presence of captions, and the alignment between text and images. In addition, content analysis was conducted to examine visual elements such as design, color, and typography, as well as textual elements including caption length, language style, message relevance, and consistency. To strengthen the findings, secondary data were gathered from relevant literature and previous studies on digital communication strategies and higher education promotion. Data were analyzed thematically by categorizing findings into visual quality, caption effectiveness, message consistency, and text-visual alignment. The results were then interpreted to provide a comprehensive overview of the effectiveness of Instagram as a promotional strategy for higher education institutions.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai kualitas konten visual dan konsistensi caption pada akun Instagram Politeknik Negeri Lhokseumawe (@humas_pnl). Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap unggahan Instagram selama periode Januari 2023 hingga Januari 2024, yang berjumlah 184 postingan. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi pola penggunaan visual, keberadaan caption, serta keselarasan antara teks dan gambar. Selain itu, dilakukan analisis isi (content analysis) untuk mengkaji elemen visual seperti desain, warna, dan tipografi, serta elemen teks seperti panjang caption, gaya bahasa, relevansi pesan, dan konsistensinya. Untuk memperkuat temuan, data sekunder dikumpulkan dari literatur dan penelitian terdahulu yang relevan dengan strategi komunikasi digital dan promosi institusi pendidikan. Analisis data dilakukan secara tematik dengan cara mengelompokkan temuan berdasarkan kategori kualitas visual, efektivitas caption, konsistensi pesan, dan keselarasan teks dengan visual. Hasil analisis kemudian ditafsirkan untuk menghasilkan gambaran menyeluruh terkait efektivitas strategi promosi melalui Instagram.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong institusi pendidikan tinggi untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, karena kemampuannya menyampaikan pesan secara visual sekaligus membangun interaksi dua arah dengan audiens. Politeknik Negeri Lhokseumawe (PNL) sebagai lembaga pendidikan tinggi turut menggunakan Instagram sebagai platform promosi untuk menjangkau calon mahasiswa, menyampaikan informasi kampus, serta membangun citra institusi. Media sosial dipandang efektif karena mampu menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan media konvensional (Rachman et al., 2023).

Meski demikian, efektivitas promosi melalui Instagram tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual semata, melainkan juga oleh caption yang menyertainya. Caption memiliki peran penting dalam memberikan konteks, memperkuat pesan visual, serta membangun identitas komunikasi yang khas. Oleh karena itu, kualitas isi teks dan konsistensi gaya bahasa dalam caption menjadi aspek strategis yang dapat memengaruhi keterlibatan audiens (engagement) serta membentuk persepsi positif terhadap institusi.

Konsistensi dalam penyusunan caption mencakup kesesuaian gaya bahasa, struktur pesan, dan relevansi teks dengan visual yang ditampilkan. Caption yang konsisten tidak hanya memperkuat identitas komunikasi, tetapi juga membantu membangun kepercayaan serta brand recognition institusi di mata audiens. Dengan demikian, narasi yang berkesinambungan dalam caption akan mendukung upaya promosi yang lebih efektif, khususnya dalam menarik perhatian calon mahasiswa dan stakeholder lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas konten dan konsistensi caption dalam promosi melalui akun Instagram Politeknik Negeri Lhokseumawe. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis bagi institusi pendidikan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sehingga dapat meningkatkan daya tarik, memperkuat citra institusi, serta memperluas jangkauan komunikasi dengan publik.

LANDASAN TEORETIS

Teori Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna berkomunikasi, berbagi, dan menciptakan konten secara real-time. Menurut Kotler dan Keller dalam Purbohastuti (2017), media sosial menjadi sarana efektif dalam membangun hubungan antara institusi dan audiens melalui partisipasi aktif dan keterlibatan langsung. Ciri khas utama media sosial adalah sifatnya yang

interaktif, partisipatif, dan terbuka terhadap feedback, yang menjadikannya alat strategis dalam komunikasi pemasaran.

Dalam promosi pendidikan tinggi, media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membentuk citra institusi. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram memungkinkan lembaga pendidikan menjangkau audiens muda, khususnya generasi digital yang akrab dengan penggunaan platform visual.

Teori Instagram sebagai Media Promosi

Instagram adalah media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunaannya berbagi foto, video, dan cerita secara interaktif. Menurut Mahendra (2017), Instagram memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan melalui visual yang kuat dan estetik. Fitur-fitur seperti stories, reels, dan feed membantu memperkuat keterhubungan emosional dengan audiens.

Dalam promosi institusi pendidikan, Instagram digunakan untuk membangun citra kampus, memperkenalkan program studi, serta menunjukkan kegiatan akademik dan non-akademik yang menarik perhatian calon mahasiswa. Keunggulan visual dan kemampuan menjangkau banyak pengguna menjadikan Instagram alat yang efektif dalam komunikasi promosi yang modern.

Teori Kualitas Konten

Konten yang berkualitas merupakan inti dari strategi digital marketing. Carlson dkk dalam Swastika (2018) menyatakan bahwa kualitas konten ditentukan oleh keakuratan, relevansi, kelengkapan, dan ketepatan waktu informasi. Dalam media sosial, konten visual harus didukung oleh desain yang menarik, warna yang konsisten, serta tata letak yang estetik agar mampu memikat perhatian audiens. Selain itu, kualitas konten juga dinilai dari nilai edukatif dan kemampuannya dalam menciptakan interaksi. Konten yang baik harus mampu menginformasikan, menginspirasi, dan mengedukasi audiens secara ringkas namun efektif.

Teori Caption dan Konsistensinya

Caption atau takarir merupakan keterangan teks yang menyertai konten visual di media sosial. Menurut Gunawan dkk. (2022), caption memiliki peran penting dalam memperkuat makna visual dan menyampaikan informasi tambahan kepada audiens. Dalam promosi, caption berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dan pengikutnya.

Konsistensi caption mencakup keseragaman dalam gaya bahasa, struktur, dan pesan yang disampaikan. Lestari (2020) menyebutkan bahwa caption yang konsisten mampu membentuk identitas komunikasi yang khas dan memperkuat

citra lembaga. Sebaliknya, ketidakkonsistenan dalam penggunaan caption dapat mengurangi efektivitas pesan dan menurunkan keterlibatan audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena sesuai untuk mendeskripsikan, memahami, dan menganalisis fenomena secara mendalam tanpa melakukan pengujian hipotesis yang bersifat kuat (Sugiyono, 2014; Creswell, 2018). Fokus penelitian diarahkan untuk memberikan gambaran detail tentang kualitas konten dan konsistensi caption pada akun Instagram Politeknik Negeri Lhokseumawe sebagai sarana promosi institusi. Pendekatan studi kasus dipertimbangkan karena memungkinkan peneliti menelaah secara intensif praktik komunikasi digital dalam konteks tertentu (Yin, 2018; Mariana & Ibrahim, 2021).

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap konten unggahan pada akun Instagram resmi @humas_pnl serta wawancara mendalam dengan pihak pengelola akun media sosial. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen, artikel ilmiah, jurnal, dan literatur yang relevan terkait media sosial, strategi komunikasi digital, dan promosi melalui Instagram (Kaplan & Haenlein, 2010; Prajarini, 2020; Carlson et al., 2018; Widyaputri et al., 2022; Mariana & Amri, 2021; Mariana, 2019).

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi untuk memperoleh data yang komprehensif (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Observasi dilakukan pada aspek visual dan caption dalam unggahan, kemudian dibandingkan dengan prinsip penyusunan konten berkualitas dan caption yang konsisten. Wawancara mendalam dilakukan dengan admin media sosial untuk menggali informasi tentang strategi, kendala, dan pertimbangan dalam pengelolaan konten promosi. Studi pustaka juga digunakan untuk memperkuat temuan lapangan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu (Mariana & Murthaza, 2019; Mariana et al., 2018).

Analisis data dilakukan secara induktif, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena secara rinci sesuai konteks alaminya serta menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai praktik komunikasi digital di Instagram. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak ditujukan untuk generalisasi luas, melainkan pemahaman kontekstual dan rekomendasi strategis bagi institusi pendidikan (Mariana & Amri, 2021; Nufiar et al., 2022).

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Politeknik Negeri Lhokseumawe

Politeknik Negeri Lhokseumawe (PNL) merupakan salah satu perguruan tinggi vokasi yang berdiri sejak 1985 dengan bantuan Bank Dunia dan berstatus sebagai politeknik negeri sejak 1997. Hingga saat ini, PNL memiliki enam jurusan dengan 22 program studi pada jenjang Diploma III, Sarjana Terapan, dan Magister Terapan. Struktur organisasinya terdiri atas Senat, Direktur, Wakil Direktur, Jurusan, Pusat, dan Unit Penunjang Akademik yang saling mendukung penyelenggaraan kegiatan akademik dan non-akademik. Dalam konteks promosi digital, PNL memanfaatkan media sosial, khususnya akun Instagram @humas_pnl, sebagai saluran utama dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Kualitas Konten Instagram @humas_pnl

Analisis menunjukkan bahwa konten unggahan akun @humas_pnl didominasi informasi seputar kegiatan kampus, prestasi mahasiswa, serta peringatan hari-hari penting. Secara visual, PNL telah menggunakan template seragam dengan logo dan warna institusi sehingga identitas kampus cukup terlihat. Namun, kreativitas visual masih terbatas karena konten cenderung statis, padat teks, dan kurang menarik secara estetika. Beberapa unggahan bahkan hanya berupa tangkapan layar tanpa proses penyuntingan lebih lanjut, yang berpotensi menurunkan profesionalitas. Jika dibandingkan dengan perguruan tinggi vokasi lain seperti Polban atau Polibatam, konten @humas_pnl masih kurang inovatif dan minim interaktivitas dengan audiens.

Kualitas dan Pemanfaatan Caption

Hasil observasi memperlihatkan bahwa caption pada akun @humas_pnl belum digunakan secara optimal. Dari total 184 unggahan, hanya 9 unggahan yang disertai caption informatif, misalnya pada momen Milad PNL ke-37, peringatan Hari Pendidikan Nasional, atau pengumuman seminar nasional. Caption yang ada cenderung formal dan singkat, tanpa memanfaatkan fungsi caption sebagai ruang untuk membangun narasi, memberikan konteks tambahan, ataupun menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Padahal, caption yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan engagement, memperjelas pesan visual, serta memperkuat citra institusi di ranah digital.

Konsistensi Gaya Bahasa dan Penyampaian Pesan

Salah satu kelemahan utama dari penggunaan caption adalah inkonsistensi gaya bahasa. Terkadang gaya yang digunakan formal dan kaku, namun di kesempatan lain santai dengan sapaan seperti "Sobat PNL!". Ketidakkonsistenan

ini menimbulkan kesan tidak adanya pedoman komunikasi yang jelas. Dari sisi penyampaian pesan, minimnya caption menyebabkan sebagian besar konten visual tidak didukung narasi yang memadai, sehingga pesan yang ingin disampaikan kurang tersampaikan secara utuh. Kondisi ini diperburuk dengan keterbatasan koordinasi antarunit di PNL, sehingga beberapa informasi penting tidak segera dipublikasikan.

Keselarasan Visual dan Caption

Keselarasan antara visual dan caption masih menjadi salah satu kelemahan utama dalam unggahan konten. Banyak postingan yang tidak memiliki caption pendukung, sehingga informasi yang ingin disampaikan sulit dipahami secara utuh. Kondisi ini membuat audiens tidak memperoleh konteks yang jelas meskipun sudah melihat visual. Padahal, caption berfungsi sebagai penjelas dan penguat pesan visual agar makna yang dimaksud dapat tersampaikan dengan tepat.

Selain itu, penggunaan visual yang cenderung monoton dan repetitif juga menimbulkan kejenuhan bagi audiens. Konten yang seragam tanpa variasi desain, warna, maupun gaya penyajian, berpotensi mengurangi minat audiens untuk berinteraksi lebih lanjut. Akibatnya, performa unggahan menjadi rendah karena audiens tidak terdorong untuk memberikan respons berupa like, komentar, maupun berbagi konten. Variasi yang konsisten namun tetap selaras dengan identitas brand diperlukan agar komunikasi visual lebih segar dan menarik.

Keselarasan visual dan caption bukan hanya soal estetika, melainkan strategi komunikasi digital yang mampu membangun citra profesional. Perpaduan teks dan gambar yang relevan dapat memperkuat daya tarik pesan promosi, meningkatkan kepercayaan audiens, sekaligus memperluas jangkauan interaksi. Dengan pengelolaan konten yang selaras, institusi atau brand tidak hanya mampu menyampaikan informasi dengan efektif, tetapi juga menumbuhkan keterikatan emosional audiens terhadap pesan yang dibangun.

Implikasi Temuan

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun PNL sudah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, pengelolaannya belum maksimal, terutama pada aspek caption dan kreativitas visual. Minimnya konsistensi gaya bahasa, ketiadaan pedoman baku, serta keterbatasan sumber daya manusia menjadi faktor yang menghambat optimalisasi pesan promosi digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang lebih terarah, misalnya melalui penyusunan pedoman gaya bahasa (*style guide*), peningkatan kapasitas tim pengelola media sosial, serta pengembangan desain konten yang lebih kreatif dan interaktif. Dengan demikian,

Instagram @humas_pnl dapat berfungsi lebih efektif sebagai media promosi kampus dan sarana membangun engagement dengan masyarakat.

KESIMPULAN

Keselarasannya antara visual dan caption menjadi aspek penting dalam komunikasi digital, khususnya dalam membangun citra profesional dan meningkatkan daya tarik pesan promosi. Namun, pada praktiknya, relevansi antara caption dengan visual masih rendah. Banyak unggahan yang tidak memiliki caption pendukung, sehingga audiens kesulitan memahami konteks konten secara menyeluruh. Kondisi ini membuat pesan yang ingin disampaikan kurang efektif dan berpotensi diabaikan oleh audiens.

Selain itu, penggunaan visual yang cenderung monoton dan repetitif menimbulkan kejenuhan. Tampilan yang seragam tanpa variasi elemen visual membuat audiens kehilangan minat untuk berinteraksi lebih jauh. Hal ini tentu berpengaruh terhadap tingkat engagement yang dihasilkan, padahal variasi visual yang selaras dengan teks dapat meningkatkan ketertarikan audiens sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Oleh karena itu, strategi komunikasi digital perlu mengedepankan konsistensi sekaligus kreativitas dalam memadukan visual dan caption. Visual yang menarik, dikombinasikan dengan caption yang informatif dan kontekstual, akan membentuk pesan yang lebih utuh, mudah dipahami, serta mampu meningkatkan interaksi audiens. Dengan demikian, keselarasan visual dan caption tidak hanya berfungsi sebagai pendukung estetika, tetapi juga sebagai sarana efektif dalam memperkuat pesan promosi.

REFERENSI

- Arkam, N., & Sessu, W. P. T. (2023). Pengelolaan Konten Instagram Sebagai Media Pemasaran Objek Wisata Alam. *ADMIT Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 123. <https://doi.org/10.33509/admit.v1i1.2219>
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern: Company Strategy to Build Engagement Through Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11191>
- Gunawan, C., M Si, S., dan Ikom, M. (2022, May). Caption Foto Berita pada Surat kabar harian Ibukota Sebagai Gambaran Bagi Pembacanya (Studi Kasus: Caption Foto Surat kabar Harian Republikan). Seminar Nasional Teknologi Cetak Dan Media Kreatif (Vol. 1, No. 1, pp. 100-107).
- IC Rachman, Y Indah, A Anwar, R Raihan. (2023). [Peranan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Di Kota Sabang](#). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam* 4 (2), 76-82

- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial (Studi pada Akun Instagram@ tempodotco dan@ tribunjogja)(Digital Journalism and The Ethics of Social Media Journalism (Study in the Instagram Account@ tempodotco and@ tribunjogja)). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 22(2), 159-174.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Mariana, M. (2019). Penetapan harga penjualan gas LPG bersubsidi di Kecamatan Mutiara ditinjau menurut hukum Islam. *Jurnal Tahqiqat: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 13(2), 190–203.
- Mariana, M., & Amri, A. (2021). Hawalah mutlaqah dalam perspektif Syafi'iyah dan Hanafiyah. *SINTESA: Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan*, 1(2), 136–147.
<https://jurnal.kopertais5aceh.or.id/index.php/SINTESA/article/view/182>
- Mariana, M., & Ibrahim, I. (2021). Peran DPR dalam pengangkatan duta besar setelah amandemen UUD 1945. *Jurnal Tahqiqat*, 15(1), 1–14.
- Mariana, M., & Murthaza, M. (2019). Etika bisnis dalam perspektif hukum Islam (Studi kasus pada swalayan Kota Sigli). *Jurnal Tahqiqat: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 62–72.
<https://www.researchgate.net/publication/342378823>
- Mariana, M., Nadirsyah, N., & Abdullah, S. (2018). Accounting information, non-accounting information and lending decision. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 148–160.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213.17:12>
- Swastika, I. G. A. D. G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Konten Terhadap Minat Beli Followers Instagram@ Transforme. Id (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
<https://repository.uajy.ac.id/id/eprint/27905/6/180906590%204.pdf>.
- Yang, K., Kim, H. M., & Tanoff, L. (2020). Signaling trust: Cues from Instagram posts. *Electronic Commerce Research and Applications*, 43, 100998. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100998>