

NIM : 41816110019
Nama : Muhamad Juli Akbar
Judul Tugas Akhir : Pengukuran Efektivitas Engagement Instagram
Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Web
Pembimbing TA : Rinto Priambodo, ST, MTI

ABSTRAK

Tingkat *engagement* pengikut terhadap *influencer* Instagram dapat diukur efektifitasnya. Dengan kemajuan teknologi saat ini maka sistem informasi dapat dikembangkan untuk membantu menganalisis data *influencer* secara cepat, mudah dan efektif sehingga mempermudah *stakeholder* dalam mengelola dan mengambil keputusan untuk kebutuhan pemasaran produk di media sosial. Dalam penelitian ini studi kasus dilakukan terlebih dahulu dengan mengumpulkan data histori dari lini masa akun Instagram seorang *influencer* untuk menghasilkan model yang akan digunakan dalam sistem informasi yang akan dikembangkan. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi langsung halaman profil *influencer* di media sosial Instagram yang secara publik dapat diakses dengan sistem informasi berbasis web ini dapat mengakses data-data yang tersedia secara publik tersebut menjadi informasi yang dibutuhkan untuk pengukuran efektifitas *engagement* dengan menambahkan jumlah *like* dan *comment* dari beberapa *posting* dan membaginya dengan jumlah *follower*. Kesimpulan pada pengembangan sistem informasi pengukuran tingkat *engagement* ini bahwa *Influencer* yang memiliki tingkat *engagement* yang efektif dapat diketahui dengan mudah.

Kata kunci: *influencer*, *engagement*, *marketing influencer*, *engagement rate*, sistem informasi *engagement*, *instagram*.

NIM : 41816110019
Nama : Muhamad Juli Akbar
Judul Tugas Akhir : Pengukuran Efektivitas Engagement Instagram
Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Web
Pembimbing TA : Rinto Priambodo, ST, MTI

ABSTRACT

The engagement level of followers towards Instagram influencers can be measured in effectiveness. With current technological advancements, information systems can be developed to help analyze influencer data quickly, easily and effectively so as to facilitate stakeholders in managing and making decisions for product marketing needs on social media. In this study a case study was carried out first by collecting historical data from the Instagram account line of an influencer to produce a model to be used in the information system to be developed. Data collection is done by visiting the influencer's profile page on Instagram social media which is publicly accessible with this web-based information system that can access publicly available data into information needed for measuring engagement effectiveness by adding the number of likes and comments from several posts and dividing it by the number of followes. The conclusion of the development of information systems for measuring the level of engagement is that Influencers who have an effective level of engagement can be easily identified.

Keywords: influencer, engagement, marketing influencer, engagement rate, information system engagement, instagram.