LAPORAN EVALUASI PERFORMA

Instagram @pemuda_hijrah_org

Periode: Q4 2025 – Q1 2026

Dibandingkan dengan Pengelolaan Sebelumnya (IHP, Q3 2024 – Q2 2025)

Dokumen Internal | Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia

Diterbitkan: April 2026 • Sumber Data: Instagram Insights & Social Blade

1. Ringkasan Eksekutif

Laporan ini menyajikan evaluasi performa akun Instagram @pemudahijrahindonesia pada periode Q4 2025 (Oktober–Desember 2025) dan Q1 2026 (Januari–Maret 2026), yang keduanya dikelola oleh pihak Yayasan. Sebagai pembanding, laporan juga menyertakan data historis saat akun dikelola oleh IHP pada periode Q3 2024 – Q2 2025.

Temuan utama:

- Akun mengalami penurunan signifikan pada Q4 2025, terutama dipicu peralihan pengelolaan akun pada 15 November 2025.
- Q1 2026 mencatat pemulihan (recovery) yang konsisten dengan pertumbuhan follower positif, meningkat +150% hingga +200% dibandingkan Q4 2025.
- Kualitas growth Q1 2026 perlu diwaspadai: sebagian besar interaksi dan tayangan berasal dari konten kolaborasi (MPR, pesan_trend, KU), bukan dari konten organik akun PH sendiri.
- Dibandingkan era IHP (rata-rata pertumbuhan stabil ~6.000–7.000 follower/bulan dengan posting 1–2 konten/hari), performa era Yayasan masih jauh di bawah potensi maksimal akun.

2. Latar Belakang & Konteks

2.1 Profil Akun

Akun Instagram @pemudahijrahindonesia adalah akun dakwah pemuda Islam yang memiliki basis audiens besar di Indonesia. Akun ini merupakan aset digital strategis yang dikelola bergantian oleh dua pihak dalam rentang waktu laporan ini.

2.2 Perbandingan Pengelola

Aspek	IHP (Q3 2024 – Q2 2025)	Yayasan (Q4 2025 – Q1 2026)
Periode	Jul 2024 – Jun 2025	Okt 2025 – Mar 2026
Follower Awal	~169.000 (Jul 2024)	~271.000 (Okt 2025)
Frekuensi Post	1–2 konten/hari (~30–60/bulan)	~13–16 post/bulan
Strategi Konten	Single feed, Story, Reels, Carousel	Kombinasi single post & kolaborasi
Program Khusus	Circle Istiqomah – Charging Time	Tidak teridentifikasi dalam data
Growth Trend	Stabil naik (~6.000–7.000/bulan)	Fluktuatif (drop Q4, recovery Q1)

2.3 Peristiwa Kunci

- 15 November 2025: Peralihan akun dari IHP ke Yayasan. Momen ini menjadi trigger utama penurunan follower di November 2025.
- Q4 2025: Fase transisi dengan dominasi konten single post tunggal, volume posting menurun drastis (Okt: 16 post → Des: 14 post).
- Q1 2026: Fase recovery dengan peningkatan kolaborasi eksternal (MPR, KU, pesan_trend) yang mendorong tayangan dan interaksi.

3. Analisis Performa Followers

3.1 Ringkasan Kuantitatif (Q4 2025 vs Q1 2026)

Metrik	Q4 2025	Q1 2026	Delta
Followers Growth (Net)	Negatif (drop signifikan)	Positif (recovery kuat)	+150% – +200%
Trend Growth	Downtrend (Okt–Nov crash)	Uptrend (Jan–Mar naik)	Reversal trend ✓
Total Media Post	~42 post	~65 post	+17%
Rata-rata Post/Bulan	~13 post	~16 post	+23%

Sumber: Social Blade | Periode: Oktober 2025 – Maret 2026

3.2 Analisis Bulanan

Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026
+Positif	Drop besar	Negatif kecil	Recovery	Naik kuat	Naik kuat
~16 post	~8 post	~13 post	~18 post	~31 post	~16 post

3.3 Interpretasi

Penurunan tajam di November 2025 adalah dampak langsung peralihan akun pada 15 November. Transisi pengelola akun besar hampir selalu disertai periode penyesuaian algoritma Instagram — akun yang berganti pola posting, tone, dan frekuensi konten akan mengalami penurunan reach dan follower sementara.

Recovery yang terjadi di Q1 2026 menunjukkan bahwa akun sudah mulai stabil, namun perlu dianalisis lebih dalam apakah pertumbuhan ini berasal dari kekuatan konten internal atau semata-mata dari efek kolaborasi eksternal (lihat Bagian 5).

4. Analisis Aktivitas Konten

4.1 Volume Konten per Tipe

Tipe Konten	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Post Tunggal PH	9	3	1	1	3	1
PH × Kolaborasi (PH memposting)	3	5	4	6	6	5
Kolaborasi × PH (Akun lain memposting)	4	5	8	11	22	10
TOTAL	16	13	13	18	31	16

4.2 Pergeseran Pola Konten

Terdapat pergeseran signifikan dalam komposisi konten antara Q4 dan Q1:

- Post tunggal (organik PH): drastis turun dari 13 post (Q4) menjadi 5 post (Q1). Ini adalah sinyal pelemahan produksi konten internal.
- Kolaborasi eksternal (akun lain memposting): melonjak dari 17 post (Q4) menjadi 43 post (Q1) — naik 153%. Februari menjadi bulan paling aktif kolaborasi dengan 22 post dari akun mitra.
- PH × Kolaborasi (PH memposting): stabil di 12 post (Q4) vs 17 post (Q1) — naik moderat +42%.

> ⚠️ **Catatan Penting**
>
> Komposisi konten Q1 2026 sangat bergantung pada kolaborasi eksternal.
> Risiko: jika koneksi dengan akun mitra (MPR, KU, pesan_trend) terputus,
> growth akun kemungkinan besar akan kembali negatif.
> Solusi: perkuat produksi konten organik internal secara paralel.

5. Kualitas Growth: Organik vs Kolaborasi

5.1 Sumber Interaksi & Tayangan per Bulan

Metrik	Sep 2025	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026
Total Interaksi	61.847	52.293	21.375	10.893	12.993	95.272
Total Tayangan	2.698.193	2.210.161	1.114.131	1.060.961	405.539	1.656.104
Akun Dijangkau	472.260	505.126	160.585	300.132	101.895	247.444

**Data Mar 2026: Interaksi 78.239 | Tayangan 1.304.042 | Akun Dijangkau 237.731*

5.2 Dominasi Konten Kolaborasi di Q1 2026

Berdasarkan catatan laporan, konten-konten dengan performa tayangan dan interaksi tertinggi di Q1 2026 adalah konten kolaborasi bersama MPR, KU, dan pesan_trend — bukan konten yang diposting langsung dari akun PH. Hal ini dikonfirmasi oleh data sebagai berikut:

- Januari 2026: Postingan terpopuler didominasi konten kolaborasi dengan MPR & KU. Post tunggal hanya 1 buah selama bulan tersebut.
- Februari 2026: Postingan teratas adalah konten kolaborasi (14 Feb, 19 Feb). Interaksi melonjak ke 95.272 karena efek kolaborasi.
- Maret 2026: Reel mendominasi tayangan (67%), diperkuat konten kolaborasi MPR & KU. Post tunggal PH hanya 1 buah.

5.3 Perbandingan: Struktur Distribusi Pengikut vs Non-Pengikut

Metrik	Sep '25	Okt '25	Nov '25	Des '25	Jan '26	Feb '26
Interaksi dari Pengikut	55,8%	48,7%	59,1%	22,0%	62,2%	38,5%
Interaksi dari Non-Pengikut	44,2%	51,3%	40,9%	78,0%	37,8%	61,5%
Tayangan dari Non-Pengikut	59,4%	72,5%	69,0%	80,9%	43,5%	52,1%

Tayangan tinggi dari non-pengikut di Q4 2025 (Des: 80,9%) mengindikasikan konten menjangkau audiens baru, namun tidak dikonversi menjadi follower baru karena kualitas konten atau konsistensi feed yang belum optimal pasca-transisi.

6. Benchmark: Era Yayasan vs Era IHP

6.1 Perbandingan Data Historis

Indikator	Era IHP (Q3 2024 – Q2 2025)	Era Yayasan (Q4 2025 – Q1 2026)
Rentang Follower	~169.000 → ~271.726	~271.000 (dng fluktuasi)
Pertumbuhan Follower/Bulan	~6.000–7.000 (konsisten)	Negatif s.d. +400 (fluktuatif)
Frekuensi Posting	1–2 post/hari (~30–60/bulan)	~13–16 post/bulan
Program Unggulan	Circle Istiqomah, Charging Time	Kolaborasi MPR, KU, pesan_trend
Jenis Konten Dominan	Beragam (Single, Story, Reels, Carousel)	Post & Reel kolaborasi
Kualitas Growth	Organik & konsisten dari konten internal	Bergantung pada kolaborasi eksternal

6.2 Gap Kritis

Perlu ditekankan bahwa perbedaan performa bukan semata-mata soal jumlah post, melainkan soal ekosistem konten yang dibangun. Era IHP menjalankan strategi konten yang komprehensif — mulai dari konsistensi jadwal, diversifikasi format (4 jenis konten), hingga program komunitas yang menciptakan loyalitas pengikut (Circle Istiqomah). Hal ini menghasilkan growth organik yang stabil meski tidak bergantung pada kolaborasi.

Sebaliknya, era Yayasan sejauh ini lebih mengandalkan efek kolaborasi lintas akun. Meski strategi ini efektif jangka pendek untuk reach, ia rentan terhadap perubahan kebijakan mitra atau penurunan intensitas kolaborasi.

7. Kesimpulan

Akun @pemudahijrahindonesia menunjukkan tanda-tanda pemulihan yang nyata di Q1 2026 setelah guncangan peralihan akun di Q4 2025. Ini adalah kabar baik yang perlu dipertahankan momentumnya.

Dibutuhkan investasi serius pada produksi konten internal, konsistensi jadwal, dan program komunitas yang menciptakan ikatan kuat antara akun dan pengikut setianya — sebagaimana yang berhasil dibuktikan oleh era IHP dengan growth konsisten lebih dari 100.000 follower dalam satu tahun.

Dengan fondasi kolaborasi yang sudah dibangun di Q1 2026, potensi untuk tumbuh kembali ke level era IHP sangat terbuka — asalkan strategi konten internal diperkuat secara paralel dan terukur.

🎯 Fokus Utama ke Depan

1. Jangan bergantung sepenuhnya pada kolaborasi — bangun konten organik yang kuat.
2. Tingkatkan frekuensi posting ke minimal 20–25 post/bulan.
3. Hidupkan kembali program komunitas (seperti Circle Istiqomah era IHP).
4. Tetapkan KPI bulanan dan lakukan evaluasi rutin setiap akhir bulan.

Laporan ini disusun berdasarkan data dari Instagram Insights dan Social Blade. Untuk keakuratan analisis lanjutan, disarankan agar data engagement per konten (individual post analytics) disertakan pada laporan berikutnya.