

A Literature Review of Instagram User Interaction Patterns for Detecting Suspicious Bot Activities

Muhammad Sulthona Abdul Fatah ^{1*}, Mulaimi Kamzah ^{2*}, Yusuf Hendra Pratama ^{3*}

* Ilmu Komputer, Universitas Islam Al-Azhar

asultonriyanto@gmail.com ¹, mimulaimi@gmail.com ², yshendra.tm@gmail.com ³

Article Info

Article history:

Received 06/29/2026

Revised 07/20/2026

Accepted 07/21/2026

Keywords:

**Bot Detection, Instagram,
Interaction Pattern, Suspicious
Activity.**

ABSTRACT

Instagram is one of the most widely used social media platforms and has become an important medium for communication, self-expression, and social interaction. However, the increasing use of Instagram is also accompanied by the emergence of suspicious activities carried out by bot accounts, which can negatively affect the credibility and security of the platform. This study aims to analyze Instagram user interaction patterns to detect suspicious activities performed by bot accounts. The research employed a qualitative descriptive approach using a literature review method with a narrative systematic review design. Data sources consisted of scientific journal articles indexed in SINTA and international databases published between 2024 and 2026, supported by books, proceedings, theses, and other relevant documents. The literature selection process was conducted through four stages: identification, screening, eligibility, and final inclusion, resulting in 15 primary references. The analysis focused on several interaction variables, including likes, comments, follows, unfollows, stories, and posts. The findings indicate significant differences between genuine users and bot accounts. Bot accounts exhibit hyperactive behavior characterized by unusually high interaction volumes and highly consistent, rigid activity patterns with narrow value ranges. In contrast, genuine users display more dynamic and fluctuating interaction patterns influenced by social and psychological factors. The findings suggest that interaction volume and statistical behavior patterns can serve as potential indicators for identifying suspicious bot activities.

I. INTRODUCTION

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunaannya membagikan foto dan video dengan tampilan yang menarik serta dapat terhubung dengan platform lain seperti Facebook dan WhatsApp. Instagram juga termasuk media modern yang memanfaatkan teknologi seluler dan internet, sehingga menjadi sarana bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan berkomunikasi melalui berbagai fitur kreatif yang tersedia[1].

Berbagai fitur yang dimiliki Instagram, seperti *feed*, *story*, dan *reels*, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi

dengan teman maupun komunitasnya secara lebih luas. Kehadiran fitur-fitur tersebut menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media untuk berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang mendukung terbentuknya hubungan sosial di lingkungan digital[2].

Salah satu fitur yang paling banyak digunakan adalah *Instagram Story*, terutama di kalangan generasi muda. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan cerita harian dalam bentuk foto, video, maupun teks yang hanya bertahan selama 24 jam. Selain itu, *Instagram Story* dilengkapi dengan berbagai elemen interaktif, seperti *direct message*, *polling*, *reaction*, *question box*, *add yours*, dan *likes*, yang dapat

meningkatkan keterlibatan serta interaksi antar pengguna di media sosial[3].

Interaksi media sosial Instagram merupakan proses komunikasi dan hubungan sosial yang terjadi melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti *story*, *direct message* (DM), *likes*, dan komentar. Fitur-fitur tersebut memberikan fleksibilitas kepada pengguna dalam berkomunikasi, sehingga mereka dapat memilih bentuk interaksi yang sesuai dengan audiens, konteks pesan, serta citra yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi visual, tetapi juga sebagai ruang yang membentuk cara individu mengekspresikan diri dan memaknai hubungan sosial[4].

Interaksi yang terjadi di Instagram sangat dipengaruhi oleh unsur visual, respons audiens, dan penerimaan sosial. Pengguna cenderung lebih aktif berinteraksi dengan konten yang menarik, estetik, dan sesuai dengan minat mereka. Bentuk interaksi seperti memberikan tanda suka, mengomentari unggahan, membalas *story*, maupun mengirim pesan pribadi menjadi bagian dari dinamika komunikasi yang menunjukkan tingkat keterlibatan (*engagement*) antar pengguna. Pola komunikasi tersebut memperlihatkan bahwa hubungan sosial di Instagram dibangun melalui proses visualisasi diri dan respons dari pengguna lainnya[5].

sebagai sarana komunikasi, interaksi di Instagram juga berkaitan dengan pembentukan identitas digital. Pengguna sering kali mengelola dan menyaring unggahan mereka untuk mempertahankan kesan positif di hadapan audiens yang luas. Dengan demikian, interaksi media sosial Instagram tidak hanya mencerminkan pertukaran pesan, tetapi juga menjadi bagian dari proses presentasi diri yang terstruktur, di mana individu berusaha membangun, mempertahankan, dan menyesuaikan citra diri mereka sesuai dengan norma dan ekspektasi sosial yang berkembang di lingkungan digital[6].

pengguna media sosial Instagram merupakan individu yang memanfaatkan Instagram tidak hanya sebagai sarana berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, serta membangun identitas diri di lingkungan digital. Pengguna dapat menerima dan membagikan berbagai jenis konten serta berinteraksi melalui fitur seperti *like*, komentar, *hashtag*, *caption*, dan *Instagram Story*. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram telah berkembang menjadi platform yang mendukung komunikasi dan pembentukan citra diri, khususnya di kalangan generasi muda[7].

Di kalangan generasi muda, pengguna Instagram memanfaatkan platform tersebut untuk menampilkan identitas dan karakter yang ingin mereka tunjukkan kepada orang lain. Melalui berbagai fitur yang tersedia, pengguna memiliki kebebasan untuk mengatur, mengedit, dan mengendalikan citra diri yang ingin ditampilkan kepada audiens. Dengan demikian, Instagram menjadi ruang digital yang memungkinkan pengguna menyesuaikan penampilan

diri sesuai dengan tujuan dan kelompok sosial yang mereka ikuti[8].

sebagai sarana ekspresi diri, pengguna media sosial Instagram juga memanfaatkan platform tersebut untuk membangun hubungan sosial dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Tingginya tingkat penggunaan Instagram menunjukkan bahwa media sosial ini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, karena memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi pengalaman, serta mengembangkan identitas pribadi maupun profesional. Dengan demikian, pengguna Instagram tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai individu yang aktif menciptakan dan menyebarkan konten di ruang digital[9].

Aktivitas pengguna di Instagram tidak hanya terbatas pada mengunggah foto dan video, tetapi juga melibatkan penggunaan berbagai fitur interaktif seperti *Instagram Story*. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan aktivitas sehari-hari secara spontan dalam format yang bertahan selama 24 jam. Selain itu, terdapat elemen interaktif seperti *polling*, *question box*, *emoji slider*, dan *quiz* yang mendorong terjadinya keterlibatan (*engagement*) serta respons langsung dari audiens[10].

Aktivitas pengguna di Instagram tidak hanya terbatas pada mengunggah foto dan video, tetapi juga melibatkan penggunaan berbagai fitur interaktif seperti *Instagram Story*. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan aktivitas sehari-hari secara spontan dalam format yang bertahan selama 24 jam. Selain itu, terdapat elemen interaktif seperti *polling*, *question box*, *emoji slider*, dan *quiz* yang mendorong terjadinya keterlibatan (*engagement*) serta respons langsung dari audiens[11].

Bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, aktivitas di Instagram digunakan sebagai sarana komunikasi sehari-hari, hiburan, pembentukan identitas diri, dan pengembangan relasi sosial. Pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen pesan yang aktif menciptakan dan mengelola konten digital. Melalui aktivitas tersebut, pengguna dapat menampilkan eksistensi diri, memperluas jaringan pertemanan, serta mempertahankan hubungan sosial yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu[12].

Selain itu, aktivitas media sosial Instagram juga mencerminkan perubahan pola komunikasi dari model yang bersifat linear menuju komunikasi berbasis jaringan (*networked communication*). Setiap individu dapat berperan sebagai pengirim, penerima, sekaligus pengelola pesan dalam ruang digital. Dengan demikian, aktivitas media sosial Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi konten, tetapi juga menjadi media yang mendukung komunikasi yang lebih fleksibel, terbuka, dan interaktif di tengah perkembangan teknologi komunikasi modern[13].

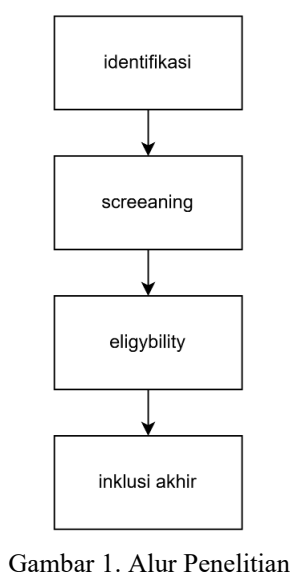
Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pola interaksi pengguna media sosial Instagram guna mendeteksi aktivitas mencurigakan yang dilakukan oleh akun bot[14].

Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang media sosial, analisis perilaku pengguna, dan keamanan siber. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan deteksi aktivitas bot dan analisis pola interaksi pada platform media sosial Instagram[15].

II. METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini Adalah metode **studi Pustaka(semantik literatur review)** dengan pendekatan **kualitatif deskriptif**. Pendekatan penelitian yang digunakan Adalah tinjauan sistematis naratif yang bertujuan mengidentifikasi pola interaksi media sosial Instagram untuk mengidentifikasi aktivitas mencurigakan bot. Sumber data yang digunakan antara lain **Data primer**: Artikel jurnal ilmiah terindeks SINTA dan internasional yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2024–2026, dan **Data sekunder**: Buku, prosiding seminar, laporan penelitian, skripsi/tesis, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan topik adiksi media sosial, algoritma rekomendasi, dan Generasi Z.

Pencarian literatur dilakukan menggunakan basis data elektronik dengan kata kunci pola interaksi media sosial Instagram Kriteria dalam memilih jurnal referensi tahun publikasi antara 2024-2026, menggunakan Bahasa Inggris atau Indonesia, jenis publikasi menggunakan Artikel jurnal (terindeks, prosiding, skripsi/tesis relevan. Proses pengumpulan data pada penelitian ini secara garis besar memiliki empat tahap yaitu (**Identifikasi, Screening, Eligibility, Inklusi akhir**) alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Penerapan alur penelitian dalam jurnal ini dibagi menjadi 4 antara lain identifikasi, screening, eligibility, inklusi akhir. Masing – masing tahap alur penelitian memiliki perannya sendiri.

Penerapan identifikasi, dengan melakukan pencarian menggunakan kata kunci seperti “*media sosial*”, “*instagram*”. Sumbernya mencakup data primer (jurnal terindeks SINTA/Internasional) dan data sekunder (buku, prosiding, tesis) dalam rentang waktu 2024–2026, didapatkan 85 referensi jurnal.

Memasuki tahap screening, seluruh draf dan artikel yang berhasil dihimpun pada pencarian awal disaring secara mandiri melalui evaluasi judul dan abstrak. Langkah ini bertujuan untuk mengeliminasi dokumen yang mengalami duplikasi, literatur yang tidak memiliki relevansi substantif terhadap fokus kajian, serta artikel yang tidak menyediakan data yang berkaitan dengan pola interaksi media sosial Instagram, setelah memasuki tahap screening didapatkan 35 referensi jurnal.

Pada tahap *eligibility*, analisis mendalam dilakukan dengan meninjau naskah penuh (*full-text review*) terhadap artikel yang lolos pada tahap sebelumnya. Kelayakan artikel dinilai berdasarkan kriteria inklusi yang ketat, antara lain: (1) diterbitkan secara resmi dalam rentang tahun 2024–2026, (2) ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baku, dan (3) secara eksplisit mengkaji pola interaksi media sosial Instagram, setelah memasuki tahap *eligibility* didapatkan 33 jurnal referensi.

Tahap akhir seleksi inklusi akhir, menghasilkan sebanyak 15 jurnal referensi utama yang dinilai sepenuhnya memenuhi seluruh kriteria kualitatif dan metodologis yang ditetapkan. Artikel-artikel final inilah yang kemudian diekstraksi datanya, disintesis secara naratif, dan dijadikan sebagai landasan empiris utama untuk membedah pola interaksi media sosial Instagram.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Alat Penelitian

Tabel 1. Alat Penelitian dan Alat Bantu

No	Perangkat Keras	Perangkat Lunak
1	Laptop	Ai(Perplexity)
2	Handphone	Internet
3	Pendingin(Cooler)	Google Scholar

Penggunaan alat untuk penelitian ini antara lain laptop, internet, google scholar. Masing – masing alat memiliki perannya masing-masing.

Laptop berfungsi sebagai stasiun kerja utama (*hardware workstation*) untuk mengintegrasikan seluruh tahapan penelitian, mulai dari proses pencarian literatur, penyimpanan draf, hingga penulisan naskah artikel ilmiah.

handphone digunakan sebagai perangkat pendukung yang membantu peneliti dalam mengakses informasi dan sumber literatur secara lebih fleksibel. Handphone memungkinkan peneliti untuk melakukan pencarian artikel ilmiah, mengakses

basis data digital, memantau perkembangan referensi, serta berkomunikasi dan berkoordinasi selama proses penelitian berlangsung. Selain itu, penggunaan handphone memudahkan peneliti dalam mengakses internet kapan saja dan di mana saja, sehingga proses pengumpulan data dan pencarian literatur dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

pendingin (**cooler**) digunakan sebagai perangkat pendukung untuk menjaga kestabilan suhu laptop selama proses penelitian berlangsung. Penggunaan laptop dalam waktu yang lama untuk mengakses literatur, mengolah data, dan menyusun naskah ilmiah dapat menyebabkan peningkatan suhu perangkat. Oleh karena itu, pendingin (**cooler**) berfungsi untuk membantu mengurangi panas berlebih (*overheating*), sehingga kinerja laptop tetap optimal, stabil, dan terhindar dari penurunan performa maupun kerusakan perangkat selama proses penelitian. Dengan demikian, penggunaan pendingin dapat mendukung kelancaran dan efektivitas pelaksanaan penelitian.

Internet bertindak sebagai infrastruktur konektivitas data global yang memungkinkan peneliti menjangkau repositori, basis data digital, dan penerbit jurnal ilmiah internasional secara *real-time*.

Google scholar berperan sebagai alat penelusuran (*discovery tool*) utama untuk menemukan artikel ilmiah terindeks SINTA maupun reputasi internasional secara presisi menggunakan kata kunci terarah.

AI(perplexity) memiliki peran vital pada tahap **Screening** dan **Eligibility**. AI membantu peneliti dalam menganalisis konten abstrak dengan cepat, mengklasifikasikan kriteria inklusi, menstrukturkan sintesis naratif dari 15 jurnal final, serta membantu mengoreksi tata bahasa draf paper agar memenuhi standar publikasi akademik yang baku.

Untuk meneliti aktivitas mencurigakan bot harus menganalisis beberapa pola interaksi media sosial Instagram, pola interaksinya dapat dilihat pada Tabel 2. Interaksi Instagram.

Tabel 2. Interaksi Instagram

No	Interaksi media sosial instagram
1	Like/hari
2	Komentar/hari
3	Follow/minggu
4	Unfollow/minggu
5	Story/hari
6	Posting/minggu

Like adalah bentuk interaksi paling sederhana di Instagram yang menunjukkan pengguna menyukai, mendukung, atau memberi apresiasi pada sebuah konten tanpa perlu menulis komentar. Dalam konteks penelitian, like biasanya dipakai sebagai indikator *passive engagement* karena mudah dilakukan, cepat, dan bisa muncul dalam jumlah besar sehingga sering menjadi salah satu pola utama yang dianalisis untuk melihat tingkat ketertarikan pengguna terhadap konten.

Komentar adalah bentuk interaksi di Instagram yang menunjukkan pengguna tidak hanya menyukai konten, tetapi juga memberi tanggapan, pendapat, atau respons secara lebih aktif terhadap unggahan tersebut. Dalam penelitian, komentar termasuk **active engagement** karena memerlukan usaha lebih besar daripada like, sebab pengguna harus membaca konten lalu mengetik respons, sehingga komentar sering dianggap lebih bermakna untuk menilai keterlibatan dan minat pengguna terhadap suatu postingan.

Follow adalah tindakan pengguna untuk mulai mengikuti akun lain agar bisa melihat unggahan, story, dan aktivitas akun tersebut di beranda mereka. Dalam analisis interaksi Instagram, follow menunjukkan minat, kedekatan sosial, atau ketertarikan terhadap konten dan identitas akun yang diikuti, sehingga sering digunakan sebagai indikator perluasan jaringan dan keterlibatan pengguna.

Unfollow adalah tindakan pengguna berhenti mengikuti akun lain sehingga unggahan akun tersebut tidak lagi muncul di beranda. Dalam analisis interaksi Instagram, unfollow sering dipakai untuk melihat perubahan minat, seleksi jaringan pertemanan, atau pola yang tidak wajar jika dilakukan terlalu cepat dan berulang.

Story adalah fitur Instagram untuk membagikan foto atau video yang hanya tampil sementara, biasanya selama 24 jam. Dalam analisis interaksi, story menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna dalam membagikan aktivitas harian, membangun kedekatan dengan audiens, dan memancing respons seperti view, reply, poll, atau reaction.

Posting adalah tindakan pengguna mengunggah konten ke Instagram, baik berupa foto, video, carousel, maupun reels, untuk dibagikan kepada pengikut atau publik. Dalam analisis interaksi, posting menunjukkan tingkat aktivitas pengguna dalam memproduksi konten, membangun identitas digital, dan memicu respons dari audiens seperti like, komentar, share, atau save.

III. RESULTS AND DISCUSSION

Untuk mendapatkan data pola interaksi pengguna akun asli dan akun bot diperlukan analisis 15 jurnal referensi. Pola interaksi pengguna akun asli menunjukkan aktivitas yang relatif wajar dan konsisten. Rata-rata pengguna memberikan **18,7 like per hari** dengan rentang **12–25 like**, menandakan tingkat keterlibatan yang cukup tinggi terhadap konten yang dilihat. Aktivitas **komentar** tercatat rata-rata **3,4 komentar per hari** dengan rentang **1–6 komentar**, yang menunjukkan bahwa pengguna asli cenderung memberikan tanggapan secara selektif. Dalam hal hubungan sosial, pengguna rata-rata melakukan **follow sebanyak 2,3 akun per minggu** dan **unfollow sebanyak 1,5 akun per minggu**, sehingga menunjukkan perilaku yang tidak berlebihan dalam menambah atau mengurangi koneksi. Selain itu, pengguna cukup aktif membagikan aktivitas sehari-hari melalui fitur **story**, dengan rata-rata **15,1 story per hari** dan rentang **10–**

22 story. Sementara itu, aktivitas **posting konten permanen** dilakukan rata-rata **2,1 kali per minggu** dengan rentang **1–4 postingan**. Secara keseluruhan, pola interaksi ini mencerminkan karakteristik akun asli yang memiliki aktivitas beragam, konsisten, dan berada dalam batas normal, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam membedakan akun asli dengan akun yang bersifat otomatis atau bot. Pola interaksi pengguna akun asli dapat dilihat pada Tabel 3. data interaksi akun asli.

Tabel 3. Data Interaksi Akun Asli

Variabel interaksi	Nilai average pengguna asli	Range pengguna asli
Like/hari	18.7	12-25
Komentar/hari	3.4	1-6
Follow/minggu	2.3	1-4
Unfollow/minggu	1.5	0-3
Story/hari	15.1	10-22
Posting/minggu	2.1	1-4

pola interaksi pengguna akun bot menunjukkan tingkat aktivitas yang sangat tinggi dan cenderung dilakukan secara masif. Rata-rata akun bot memberikan **81,7 like per hari** dengan rentang **80–84 like**, yang menunjukkan bahwa bot melakukan interaksi secara intensif dan konsisten. Aktivitas **komentar** juga tergolong tinggi, yaitu rata-rata **17,9 komentar per hari** dengan rentang **17–19 komentar**, jauh lebih banyak dibandingkan akun asli. Pada aktivitas **follow**, akun bot rata-rata mengikuti **41,6 akun per minggu** dengan rentang **39–44 akun**, sedangkan aktivitas **unfollow** mencapai rata-rata **9,8 akun per minggu** dengan rentang **9–11 akun**. Hal ini mengindikasikan adanya perilaku penambahan dan penghapusan koneksi secara agresif untuk meningkatkan jangkauan atau menarik perhatian pengguna lain. Selain itu, akun bot juga sangat aktif dalam membagikan **story**, dengan rata-rata **104,2 story per hari** dan rentang **101–108 story**, serta melakukan **posting konten permanen** sebanyak rata-rata **9,7 kali per minggu** dengan rentang **9–10 postingan**. Secara keseluruhan, pola interaksi akun bot ditandai oleh frekuensi aktivitas yang sangat tinggi, seragam, dan berulang, sehingga berbeda secara signifikan dengan pola interaksi akun asli dan dapat dijadikan indikator dalam mendeteksi aktivitas mencurigakan atau akun otomatis di media sosial. Pola interaksi pengguna akun bot dapat dilihat pada Tabel 4. data interaksi akun bot

Tabel 4. Data Interaksi Akun Bot

Variabel interaksi	Nilai average pengguna asli	Range pengguna asli
Like/hari	81.7	80-84
Komentar/hari	17.9	17-19
Follow/minggu	41.6	39-44
Unfollow/minggu	9.8	9-11
Story/hari	104.2	101-108
Posting/minggu	9.7	9-10

Untuk mengetahui akun Instagram Adalah pengguna asli atau bot dapat di diketahui melalui pola interaksinya.

Berdasarkan analisis data aktivitas media sosial Instagram, terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara pola interaksi pengguna akun asli dengan akun bot. Akun bot secara konsisten menunjukkan tingkat hiperaktivitas dengan volume interaksi yang berkali-kali lipat lebih tinggi dibandingkan manusia asli pada seluruh variabel. Sebagai contoh, dalam kategori *passive engagement*, bot mampu melakukan *like* hingga rata-rata 81.7 per hari dan melihat *Story* sebanyak 104.2 per hari. Angka ini sangat timpang jika dibandingkan dengan akun asli yang hanya melakukan rata-rata 18.7 *like* dan 15.1 *Story views* per hari karena pergerakan manusia didasarkan pada ketertarikan organik dan ketersediaan waktu luang. Fenomena serupa juga terlihat pada *active engagement* seperti jumlah komentar, intensitas *posting*, serta aktivitas mingguan berupa tindakan *follow* dan *unfollow* yang dilakukan bot dalam skala besar demi memanipulasi algoritma perluasan jaringan.

Selain dari kuantitas aktivitasnya, karakteristik utama yang paling membedakan kedua jenis akun ini adalah tingkat konsistensi variasi datanya. Akun bot memiliki rentang nilai (*range*) interaksi yang sangat sempit, kaku, dan konstan, seperti aktivitas *like* yang selalu dipatok ketat pada rentang 80–84 dan komentar di angka 17–19 per hari. Pola yang sangat presisi ini mengindikasikan adanya batasan artifisial yang telah diprogram atau disetting secara khusus oleh sistem penggerak bot agar tidak terkena pemblokiran oleh platform. Sebaliknya, pengguna akun asli memiliki rentang aktivitas yang jauh lebih lebar, dinamis, dan fluktuatif karena sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis serta interaksi sosial yang nyata. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas akun bot dapat diidentifikasi secara akurat melalui kombinasi volume interaksi yang tidak wajar serta kekakuan pola statistik yang sangat kontras dengan perilaku kasual manusia. Berdasarkan sintesis dari beberapa penelitian terdahulu, akun bot cenderung menunjukkan frekuensi interaksi lebih tinggi dibandingkan akun manusia, dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Frekuensi Interaksi

Parameter	Karakteristik Bot	Karakteristik User Asli
Like	Tinggi Dan Repetitif	Lebih Fluktuatif
Komentar	Template Berulang	Bervariasi
Follow	Agresif	Bertahap

IV. CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis literatur mengenai pola interaksi pengguna media sosial Instagram, dapat disimpulkan bahwa aktivitas mencurigakan yang dilakukan oleh akun bot dapat diidentifikasi melalui karakteristik pola interaksi yang berbeda secara signifikan dengan pengguna asli. Variabel

interaksi seperti jumlah like, komentar, follow, unfollow, story, dan posting menunjukkan bahwa akun bot memiliki tingkat aktivitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan akun manusia. Selain itu, akun bot cenderung memperlihatkan pola interaksi yang konsisten, kaku, dan memiliki rentang aktivitas yang sempit, sedangkan pengguna asli menunjukkan pola yang lebih dinamis dan fluktuatif sesuai dengan kondisi sosial serta perilaku manusia. Karakteristik akun bot dapat dikenali melalui pola interaksi yang berbeda dengan pengguna asli.

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. saya mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu, keluarga, teman-teman, serta semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang analisis media sosial dan keamanan siber.

THANK-YOU NOTE

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Herman, J. A. Yani Km, K. Batupiring, K. Paringin Selatan, K. Balangan, And K. Selatan, "Dampak Media Sosial Terhadap Pola Interaksi Dan Potensi Cyberbullying Pada Remaja Di Kabupaten Hulu Sungai Utara: Studi Fenomenologi," 2025. [Online]. Available: <https://Ojs.Univsm.Ac.Id/Index.Php/Univsm/Index>
- [2] N. A. Hermansyah *Et AL.*, "Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram Story Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Komunikasi Digital Dan Media Sekolah Vokasi Ipb University The Correlation Between The Intensity Of Instagram Story Usage And Social Interaction Of Digital Communication And Media Students At The Vocational School Of Ipb University," *Jurnal Netnografi Komunikasi*, Vol. 5, No. 1, Pp. 1–16, 2026, [Online]. Available: <http://Netnografiikom.Org/Index.Php/Netnografi>
- [3] I. Usman, "Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Interaksi Belajar Siswa Di Sekolah Menengah," 2025.
- [4] A. Anggraeni, R. Loisa, And L. Irena, "Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial Dalam Perilaku People Pleasing Terhadap Ekspektasi Sosial."
- [5] A. Fariza Ari Duan And H. Purnomo, "The Impact Of Multimedia On Information Dissemination In The Digital Era," 2025. [Online]. Available: <https://Sakira.Unizar.Ac.Id/Index.Php/Jurnal/>
- [6] R. Y. Simanullang And M. Iqbal, "Pengelompokan Pola Interaksi Pengguna Media Sosial Menggunakan Algoritma K-Means Untuk Pemetaan Aktivitas Online," *Journal Of Informatics Management And Information Technology*, Vol. 6, No. 1, Pp. 37–43, 2026, Doi: 10.47065/Jimat.V6i1.954.
- [7] K. Dipa Prasetya, I. Wayan Putra Yasa, A. Alfi Syahrin, J. Pendidikan Sejarah, And Dan Perpustakaan, "Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan Implikasi Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Interaksi Sosial Dan Akademik Siswa Sma Negeri 1 Banjar", Doi: 10.54543/Syntaximperatif.V6i6.970.
- [8] A. N. Alfifa, V. Fahira, R. Batubara, K. Sakinah, J. Manik, And R. A. Yoes, "Media Sosial Dan Pembentukan Opini Publik (Analisis Studi Kasus Echo Chamber Pada Interaksi Komentar Di Akun Instagram @Turnbackhoaxid Dalam Konteks Post-Truth)," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 2, No. 6, 2025, Doi: 10.5281/Zenodo.14709277.
- [9] M. Ari, | Anggun, And A. Sekarningrum, "Membentuk Citra Diri Mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta Melalui Media Sosial Instagram," Vol. 7, No. 1, Pp. 231–240, 2025, Doi: 10.33366/Jkn.V%Vi%I.2446.
- [10] C. S. Octiva, T. I. Fajri, E. B. Sulistiarini, S. Suharjo, And U. W. Nuryanto, "Penggunaan Teknik Data Mining Untuk Analisis Perilaku Pengguna Pada Media Sosial," *Jurnal Minfo Polgan*, Vol. 13, No. 1, Pp. 1074–1078, Jul. 2024, Doi: 10.33395/Jmp.V13i1.13936.
- [11] J. Komunikasi Dan Dakwah Islam, L. Hakim, And A. Penulis, "Conditions Of The Creative Commons Attribution-Sharealike 4.0 International License-(Cc-By-Sa) (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform Tiktok Dan Instagram Reels", Doi: 10.30983/Al-Jamahiria.V3i2.10102.
- [12] Qanitah Salma, Rini Sartika, And Putri Handayani, "Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron 'Asmara Gen Z' Dengan Menggunakan Teori Uses And Gratification," *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, Vol. 2, No. 1, Pp. 205–212, Jan. 2025, Doi: 10.62383/Filosofi.V2i1.513.
- [13] H. Nursya'ban, H. Santoso, And L. Dharmawan, "Interaktivitas Fitur Instagram Story Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa Universitas Telkom."
- [14] A. Oktavia Popang Rumengan *Et AL.*, "Analisis Interaksi Akun Instagram @Tastea.Ig Dalam Membangun Brand Image Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Muda," Vol. 4, Pp. 171–181, Doi: 10.55606/Jurripen.V4i3.6640.
- [15] "Media Sosial Dan Pergeseran Pola Interaksi Sosial Mahasiswa (Rafly) (07-05-24-06-11-34)".