

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM
@WEPOSE.INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *COMMUNITY*
*ENGAGEMENT***

SKRIPSI



Oleh:

BELLA AVIANDA PUTRI

NPM. 21043010232

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM
@WEPOSE.INDONESIA DALAM MENINGKATKAN COMMUNITY
ENGAGEMENT

Disusun oleh:

Bella Avianda Putri
NPM. 21043010232

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Mengetahui
DEKAN FIBPOL


Dr. Endang Suratnoaji, M.Si
NIP. 196604182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM
@WEPOSE.INDONESIA DALAM MENINGKATKAN COMMUNITY
ENGAGEMENT
oleh:

Bella Avianda Putri
NPM. 21043010232

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan
Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa
Timur pada tanggal 07 Juli 2025

PEMBIMBING


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.kom., M.A.
NIP. 199205292022032010

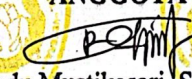
TIM PENGUJI
KETUA


Dr. Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

SEKRETARIS


Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199503212024062002

ANGGOTA


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Gati Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bella Avianda Putri.
NPM : 21043010232
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIBPOL (Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik)

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 1 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Bella Avianda Putri
21043010232

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan YME yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak/Ibu Ratih Pandu M., S.Ikom, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis.
4. Bapak/Ibu Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Keluarga khususnya Papa dan Mama penulis yang selalu memberi dukungan dalam penguatan mental serta menemani penulis saat dalam tekanan. Terimakasih untuk validasi serta doanya yang menjadi energi positif kepada penulis dalam mengerjakan skripsi
7. Rekan seperjuangan skripsi Helenita Margareth, Fikrin Najib, Rhino Yudha, Sophya Wangi, Andini Amalia, Raden Roro, Saras dan Yola Tarisa yang telah

mengiring penulis dan membantu baik secara ilmu serta moril selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman komunitas WEPOSE Indonesia yang telah membantu dalam memberikan informasi dan data yang dibutuhkan penulis dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 07 Juli 2025

Bella Avianda Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemanfaatan media sosial yang dijalankan oleh akun Instagram @wepose.indonesia dalam memperkuat keterlibatan komunitas. WEPOSE Indonesia merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dalam bidang pemberdayaan anak-anak dari kelompok marginal di Surabaya, dengan menjadikan Instagram sebagai saluran utama untuk menyampaikan informasi, menciptakan interaksi, dan mendorong partisipasi masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam serta analisis dokumen digital, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Miles dan Huberman. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa keberhasilan WEPOSE dalam menjalin keterlibatan komunitas didorong oleh perencanaan konten yang sistematis, optimalisasi fitur-fitur interaktif Instagram seperti *Reels*, *Stories*, *Live*, dan *Direct Message*, serta evaluasi berkala melalui pemanfaatan fitur *Insight*. Pendekatan ini selaras dengan kerangka kerja SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) yang memungkinkan terciptanya komunikasi yang aktif, terbuka, dan relevan antara komunitas dan audiensnya. Kendala seperti keterbatasan tenaga kerja serta konsistensi tim diatasi melalui kerja sama tim yang solid dan upaya penguatan kapasitas internal. Keterlibatan audiens tidak hanya terwujud secara daring, namun juga diwujudkan melalui kontribusi langsung sebagai relawan di lapangan. Dengan pendekatan yang fleksibel dan berorientasi pada nilai kemanusiaan, strategi media sosial WEPOSE mampu membangun ruang digital yang ramah dan partisipatif, serta menjadi rujukan efektif bagi organisasi nirlaba lain dalam menjalin hubungan berkelanjutan dengan publik.

Kata Kunci: *Community Engagement*, Instagram, Komunikasi, Komunitas Nirlaba, Media Sosial, Strategi

ABSTRACT

This study aims to evaluate the social media utilization strategy implemented by the Instagram account @wepose.indonesia in strengthening community engagement. WEPOSE Indonesia is a non-profit organization working in the field of empowering children from marginalized groups in Surabaya, using Instagram as the main channel for disseminating information, creating interaction, and encouraging community participation. The research method employed is qualitative descriptive, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews and analysis of digital documents, which were then analyzed using the Miles and Huberman approach. The research findings reveal that WEPOSE's success in fostering community engagement is driven by systematic content planning, optimization of Instagram's interactive features such as Reels, Stories, Live, and Direct Message, and regular evaluation through the use of the Insights feature. This approach aligns with the SOME framework (Share, Optimize, Manage, Engage), enabling active, open, and relevant communication between the community and its audience. Challenges such as limited manpower and team consistency were addressed through strong teamwork and efforts to strengthen internal capacity. Audience engagement is not only realized online but also through direct contributions as volunteers on the ground. With a flexible and human-centered approach, WEPOSE's social media strategy successfully builds a friendly and participatory digital space, serving as an effective model for other nonprofit organizations in fostering sustainable relationships with the public.

Keywords: *Community Engagement, Instagram, Communication, Nonprofit Community, Social Media, Strategy*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	22
2.2.1 Strategi Media Sosial	22
2.2.2 Komunitas atau Organisasi Nirlaba	26
2.2.3 Keterlibatan Komunitas (<i>Community Engagement</i>)	29
2.2.4 Teori SOME.....	31

2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Definisi Konseptual.....	36
3.2.1 Strategi Media Sosial	36
3.2.2 Komunitas Nirlaba	37
3.2.3 Keterlibatan Komunitas (<i>Community Engagement</i>)	38
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.4 Obyek dan/atau Subyek Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @wepose.indonesia,.....	46
4.1.2 Gambaran Umum Pengurus WEPOSE.....	48
4.1.3 Sejarah WEPOSE	50
4.1.4 Identitas Informan.....	51
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	56
4.2.1 Manajemen Pembuatan Konten dalam Instagram @wepose.indonesia	56
4.2.1.1 Content Planning & Content Pillar Sebagai Dasar Perencanaan ..	57
4.2.1.2 Sistem Piketing dan Alur Kerja	71
4.2.1.3 Narasi Berbasis Data dan Identitas Visual	81
4.2.2 Pemanfaatan Fitur Instagram oleh @wepose.indonesia dalam Meningkatkan <i>Community Engagement</i>	90

4.2.3 Tantangan Pengelolaan Media Sosial Komunitas Non-Profit	104
4.2.3.1 Sedikitnya Sumber Daya Manusia dan Konsistensi Pengelolaan Konten	105
4.2.3.2 Menjaga Fokus Tujuan Non-Profit dalam Dinamika Media Sosial	108
4.2.3.3 Peningkatan Kapasitas Tim Media Sosial sebagai Investasi Jangka Panjang	110
4.2.3.4 Strategi Pemulihan Akun Pasca-Peretasan dan Dampaknya terhadap Engagement	113
4.2.4 Strategi dan Praktik Keterlibatan Audiens dalam Akun Instagram WEPOSE	117
4.2.4.1 Pengukuran Keterlibatan Audiens di Instagram WEPOSE	118
4.2.4.2 Bentuk Interaksi Aktif antara WEPOSE dan Audiens Digital	126
4.2.4.3 Strategi Menjaga <i>Community engagement</i> dalam Jangka Panjang	129
4.2.4.4 Keterlibatan Pengikut dalam Program Sosial Komunitas	134
BAB V KESIMPULAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bentuk-Bentuk Partisipasi.....	30
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Logo Komunitas WEPOSE.....	48
Gambar 4. 2 Akun Instagram @wepose.indonesia	47
Gambar 4. 3 <i>Content Plan</i>	60
Gambar 4. 4 <i>Guideline</i> Media Wepose	72
Gambar 4. 5 Tabel Piketing Media Sosial WEPOSE Indonesia.....	76
Gambar 4. 6 Alur Kerja Tim Media.....	79
Gambar 4. 7 Konten Informasi dan Edukasi.....	83
Gambar 4. 8 Gambar contoh <i>feeds</i>	93
Gambar 4. 9 Contoh <i>reels</i>	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guideline	144
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	148
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	249
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi.....	252
Lampiran 5 Riwayat Hidup	253