

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh akun Instagram @wepose.indonesia dalam meningkatkan *community engagement*. Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, serta observasi terhadap aktivitas media sosial yang dijalankan komunitas WEPOSE Indonesia, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam membangun keterlibatan komunitas tidak terjadi secara instan, melainkan merupakan hasil dari penerapan strategi yang terstruktur, adaptif, dan berbasis nilai sosial yang kuat. Strategi tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip dalam model SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*), yang menjadi kerangka utama dalam penelitian ini.

WEPOSE Indonesia telah secara konsisten membagikan konten, dimana ini juga sesuai dengan poin *Share* pada teori SOME, tahapan ini menekankan pentingnya menyebarluaskan konten yang informatif, inspiratif, dan selaras dengan nilai organisasi. Melalui aktivitas ini, WEPOSE berhasil membangun eksistensi dan interaksi digital sekaligus menyampaikan pesan sosial kepada audiens secara luas.

Pada tahap *Optimize* (Optimalisasi), WEPOSE Indonesia berhasil memanfaatkan berbagai fitur interaktif Instagram untuk memperluas jangkauan audiens serta menciptakan interaksi langsung yang efektif. Dalam tahap ini, WEPOSE Indonesia dituntut untuk mendengarkan respons publik, mempelajari

tanggapan, dan ikut serta dalam percakapan. WEPOSE telah menunjukkan upaya optimalisasi melalui penggunaan fitur-fitur Instagram. Namun, optimalisasi ini belum sepenuhnya merata. Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa fitur komentar belum dimaksimalkan sebagai sarana dialog dua arah. Padahal, secara teoritis, tahapan optimize juga menekankan pentingnya partisipasi dalam merespons audiens melalui platform yang tersedia, termasuk komentar publik.

Pada tahapan *Manage* (Mengelola), WEPOSE Indonesia menunjukkan praktik manajemen media sosial yang terstruktur. Tim media memiliki sistem kerja yang jelas. Aktivitas ini mencerminkan proses pengelolaan yang selaras dengan aspek dalam tahap manage, seperti media monitoring, pengelolaan feedback, dan evaluasi performa. Pengelolaan ini menjadi fondasi yang memperkuat keberlanjutan komunikasi digital yang dijalankan oleh komunitas.

Pada tahap *Engage*, keterlibatan audiens tidak hanya diukur melalui interaksi digital (likes, komentar, DM), tetapi juga melalui keikutsertaan mereka dalam aksi sosial secara langsung. WEPOSE berhasil mengkonversi interaksi daring menjadi partisipasi luring, contohnya ratusan relawan yang ikut serta dalam program SUROYO. Namun demikian, untuk mencapai keterlibatan digital yang menyeluruh, masih diperlukan peningkatan pada komunikasi dua arah di fitur komentar yang belum tergarap optimal..

Media sosial bukan hanya digunakan sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai pemantik aksi sosial yang nyata di lapangan. Ini menunjukkan bahwa

keterlibatan komunitas bukan hanya bersifat digital, tetapi juga berwujud dalam bentuk kehadiran fisik dan kontribusi nyata masyarakat terhadap misi sosial WEPOSE Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Komunitas WEPOSE, diharapkan dapat memperkuat tim pengelola media sosial dengan meningkatkan jumlah kapasitas sumber daya manusia, khususnya pada bidang kreatif digital. Keterbatasan sumber daya yang saat ini menjadi tantangan dapat diatasi dengan rekrutmen relawan melalui media digital. Selain itu, konten interaktif seperti polling, kuis, atau sesi tanya jawab melalui fitur Instagram *Stories* dan *Live* perlu ditingkatkan agar keterlibatan audiens lebih mendalam. WEPOSE juga disarankan untuk lebih mendalami analisis Insight dengan pendekatan evaluasi bulanan untuk pemetaan tren konten yang paling efektif.
2. Bagi Komunitas Serupa, disarankan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi strategis, disarankan untuk mengadopsi model SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) yang terbukti relevan dengan konteks pengelolaan media digital. Setiap komunitas nirlaba perlu membangun identitas yang kuat dan narasi yang konsisten untuk memperkuat cita komunitas. Strategi komunikasi dua arah juga harus diperhatikan agar audiens tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga terlibat langsung untuk berinteraksi dalam kegiatan komunitas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk memakai metode dan lingkup objek kajian yang lebih luas agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan dua komunitas nirlaba dengan fokus dan cakupan geografis yang berbeda untuk mengidentifikasi strategi media sosial yang digunakan. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan analisis sentimen dari audiens terhadap konten digital guna mengetahui persepsi publik serta titik celah perbaikan dalam strategi komunikasi komunitas.