

**STRATEGI *BRANDING* KOMUNITAS WEPOSE INDONESIA SEBAGAI
KOMUNITAS SOSIAL DI INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh :

Usnul Fatimah

22043010077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

**STRATEGI *BRANDING* KOMUNITAS WEPOSE INDONESIA SEBAGAI
KOMUNITAS SOSIAL DI INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh :

Usnul Fatimah

22043010077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI BRANDING KOMUNITAS WEPOSE INDONESIA SEBAGAI
KOMUNITAS SOSIAL DI INSTAGRAM**

Disusun oleh:

Usnul Fatimah
NPM. 22043010077

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Zainal Abidin A., M.Si, M.Ed
NIP 197305192025211017

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL


Prof. Dr. Catur-Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI BRANDING KOMUNITAS WEPOSE INDONESIA SEBAGAI KOMUNITAS SOSIAL DI INSTAGRAM

Oleh:

Usnul Fatimah
NPM. 22043010077

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 17 Juli 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dr. Zainal Abidin A., M.Si, M.Ed
NIP. 197305192025211017

TIM PENGUJI KETUA,


Dr. Zainal Abidin A., M.Si, M.Ed
NIP. 197305192025211017

SEKRETARIS


Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom, M.Med.Kom.
NIP. 198904112021212001

ANGGOTA


Dhelittya Finaliyani Putri, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 199307202024062001


Mengetahui
DEKAN FISIBPOL

Prof. Dr. Catur-Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Usnul Fatimah
NPM : 22043010077
Angkatan : 2022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi 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, 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, 13 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Usnul fatimah

NPM.22043010077

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Branding Komunitas Wepose Indonesia Sebagai Komunitas Sosial di Instagram”**. 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 proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr Catur Suratnoaji selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik
2. Dr. Syafrida Nurrachmi, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Dr. Zainal Abidin A., M.Si, M.Ed selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis
4. Heidy Arviani, S.Sos selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun
6. Komunitas WEPOSE Indonesia sebagai komunitas yang keren dan luar biasa sehingga peneliti tertarik untuk menjadikan subjek penelitian
7. Kedua orang tua penulis yaitu ibu Sukarti dan bapak Sadi, sosok yang luar biasa yang menjadi salah satu alasan saya untuk terus maju. Beliau selalu

memanjatkan doa untuk penulis, semangat dan dukungan yang tiada henti. Karena usaha dan doa dari beliau saya mampu hingga tahap ini. Selanjutnya kepada saudari saya Falen, Erma dan saudara saya Victor, dan fitri yang selalu memberikan dukungan dan motivasi hingga detik ini.

8. Sahabat hebat penulis , terima kasih banyak dan ucapan bangga kepada Naysa Nur Azizah. Selama proses skripsi sudah mempersilahkan saya untuk mengerjakan di kostnya. Selalu memberikan motivasi, dukungan tiada henti. Saya selalu bangga kepada saudari Naysa yang tidak patah semangat untuk menjalani proses menggapai gelar sarjananya.
9. Sahabat penulis, terima kasih Anisa Lu'lu'un Nabila, Febriyan Putri, dan Dea Eka yang dari SMA hingga diperkuliahan membersamai penulis dari ,selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, bantuan selama proses pengerjaan skripsi penulis.
10. Partner magang dan Tugas penulis, yaitu Adhisti Nabilah Putri. Terima kasih banyak penulis ucapkan. Selain menjadi partner, juga menjadi teman untuk bertukar cerita, berkeluh kesah dan banyak hal lagi kurang lebih satu tahun ini. Penulis sangat senang bertemu dengannya.
11. Teman- teman UPN TV Jatim, Operational Departemen UPN TV Jatim, Ikamala UPN Veteran jatim yang telah membersamai penulis selama organisasi.
12. Lngshot, grup Kpop/K-hip-hop yang menjadi salah satu sumber semangat penulis dari awal proses penyusunan skripsi hingga skripsi ini selesai. Melalui

karya-karya musik yang indah dan penuh energi, penulis merasa ditemani dalam setiap proses pengerjaan. Di saat penulis merasa lelah dan kehilangan motivasi, lagu-lagu mereka mampu membangkitkan semangat, mereka juga menjadi salah satu dari beberapa rumah untuk pulang ketika penulis sedang putus asa, hingga membuat penulis kembali merasa hidup dan lebih menikmati selama proses penyusunan skripsi.

13. Teman-teman satu bimbingan saya, Hanna Gratia, Farhan, Ganis dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungan, doa dan semangat yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.

14. Diri penulis sendiri, terima kasih telah berusaha diatas keraguan yang selama ini menghantui, bertahan dan tidak menyerah hingga sejauh ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal 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 11 Juli 2026

Penulis

Usnul Fatimah

ABSTRAKSI

Perkembangan media sosial telah mendorong komunitas sosial untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana membangun identitas dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan karena mampu menyajikan informasi melalui kombinasi visual, audio, dan interaksi dengan audiens. WEPOSE Indonesia merupakan komunitas sosial yang memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam membangun branding komunitas sekaligus memperkenalkan nilai, program, dan aktivitas sosial kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding WEPOSE Indonesia sebagai komunitas sosial di Instagram. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Data diperoleh melalui observasi terhadap akun Instagram @wepose.indonesia, dokumentasi, serta wawancara sebagai data pendukung. Analisis penelitian mengacu pada teori Brand Identity Prism dari Jean-Noël Kapferer sebagai teori utama dan delapan konsep personal branding Peter Montoya sebagai teori pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding WEPOSE Indonesia dibangun melalui penyajian identitas visual yang konsisten, penyampaian nilai-nilai sosial dalam setiap konten, pemanfaatan berbagai fitur Instagram, serta interaksi dengan audiens untuk membangun kedekatan dan kepercayaan. Strategi tersebut memperkuat identitas WEPOSE Indonesia sebagai komunitas sosial yang berfokus pada pemberdayaan anak-anak marjinal sekaligus meningkatkan eksistensi komunitas di media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram secara konsisten dapat menjadi media yang efektif dalam membangun branding komunitas sosial dan memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Kata kunci: strategi branding, komunitas sosial, Instagram, netnografi, WEPOSE Indonesia.

ABSTRACT

The rapid development of social media has encouraged social communities to utilize digital platforms to build their identity and reach a broader audience. Instagram has become one of the most widely used platforms due to its ability to deliver information through visual content, audiovisual features, and interactive communication with users. WEPOSE Indonesia is a social community that utilizes Instagram as its primary platform to strengthen its branding while introducing its values, programs, and social activities to the public. This study aims to analyze the branding strategy of WEPOSE Indonesia as a social community on Instagram. The research employed a qualitative approach using netnography as the primary method. Data were collected through observations of the @wepose.indonesia Instagram account, documentation, and interviews as supporting data. The analysis was conducted using Jean-Noël Kapferer's Brand Identity Prism as the primary theoretical framework and Peter Montoya's Eight Laws of Personal Branding as the supporting framework. The findings indicate that WEPOSE Indonesia's branding strategy is reflected in the consistent presentation of its visual identity, the communication of social values through its content, the effective use of Instagram features, and continuous interaction with its audience to foster engagement and trust. These strategies strengthen WEPOSE Indonesia's identity as a social community committed to empowering marginalized children while enhancing its presence on social media. The study concludes that the consistent use of Instagram can serve as an effective medium for building a strong community brand identity and maintaining meaningful relationships with the public.

Keywords: branding strategy, social community, Instagram, netnography, WEPOSE Indonesia.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. LANDASAN TEORI	15
2.2.1. Brand identity Prism menurut Jean Noel Kapferer	15
2.2.2. Delapan Konsep Personal Branding Peter Montoya	16
2.2.3 Instagram Sebagai Media Branding	20
2.2.4 Eksistensi Komunitas dalam Ruang Digital	22
2.2.5 Peran Engagement Dalam Membangun Image.....	23
2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28

3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Pendekatan Penelitian.....	29
3.3 Prosedur Penelitian Netnografi	29
3.4 Definisi Konseptual.....	31
3.4.1 Strategi Branding.....	31
3.4.2 Komunitas WEPOSE Indonesia	31
3.5. Komunitas Sosial	32
3.6 Subjek Penelitian	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8 Teknik Analisi Data	34
BAB IV	36
HASIL & PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Komunitas	36
4.2 Profile Akun Komunitas WEPOSE Indonesia	38
4.3 Strategi Pengelolaan Identitas Visual Instagram.....	40
4.4 Strategi Perencanaan Dan Pengelolaan Konten	46
4.5 Nilai Dan Karakter Yang Dibangun Komunitas	57
4.6 Hubungan Komunitas Dengan Audiens Melalui Instagram	68
4.7 Target Audiens Dan Citra Yang Dibangun.....	76
4.8 Konsistensi Branding Yang Diterapkan Wepose Indonesia	80
BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Ringkasan Pemetaan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3 1 Daftar Informan Penelitian.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Bagan Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.3 1 Warna Feeds Instagram @wepose.Indonesia.....	41
Gambar 4.3 2 Maskot WIWI dan POPO Komunitas WEPOSE Indonesia.....	43
Gambar 4.4 1 Postingan Instagram wepose.indonesia.....	46
Gambar 4.4 2 Postingan <i>Open Recruitmen Volunteer</i>	47
Gambar 4.4 3 Konten Kampanye Sosial dan Edukasi @wepose.Indonesia	51
Gambar 4.4 4 Sorotan Instagram @wepose.Indonesia	54
Gambar 4.5 2 Konten Aksi Sosial Sobat Bumi dan Suara Anak Nusantara.....	59
Gambar 4.5 3 Poster Suara Anak Nusantara 2025.....	63
Gambar 4.5 4 Poster Suara Anak Nusantara 2025.....	64
Gambar 4.7 1 Share, Like, Comment & Repost Komunitas.....	82
Gambar 4.7 2 Penggunaan Hastag Pada Unggahan.....	85
Gambar 6 4 Wawancara Online Dengan Kak Vira.....	108
Gambar 6 1 Wawancara Online dengan kak Laksani	136
Gambar 6 2 Wawancara Online Dengan Kak Afifah.....	136
Gambar 6 3 Wawancara Online Dengan Kak Nabila	137
Gambar 6 4 Wawancara Online Dengan Kak Vira	137

LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara	99
Lampiran 2 Lembar Informasi Narasumber	101
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Narasumber	104
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	136
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi.....	138
Lampiran 6 Keterangan Plagiasi.....	139
Lampiran 7 Riwayat Hidup	140