

Skripsi Tanaya Kirana Putri

by Tanaya Kirana Putri

Submission date: 04-Jun-2026 12:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2975763252

File name: Skripsi_Tanaya_Kirana_Bab_1,4,5.pdf (1.06M)

Word count: 8088

Character count: 54204

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah pola interaksi masyarakat, di mana proses komunikasi kini banyak beralih ke ruang digital tanpa batasan jarak dan waktu (Hakim, 2024). Media sosial hadir sebagai instrumen utama dalam transformasi ini, menawarkan ruang interaktif yang memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara penyampai pesan dengan audiens (Chrstifera, 2023).

Penggunaan media sosial di Indonesia ini menunjukkan adanya perkembangan yang sangat pesat dan cepat di beberapa tahun terakhir. Laporan digital terbaru ini menunjukkan bahwasannya jumlah dari pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai angka 143 juta pengguna secara aktif pada tahun 2025, hal ini sudah setara dan lebih dari 50% dari keseluruhan total populasi secara nasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial sudah menjadi bagian yang sangat penting pada kehidupan sehari – hari pada masyarakat Indonesia (Anzani et al., 2024).

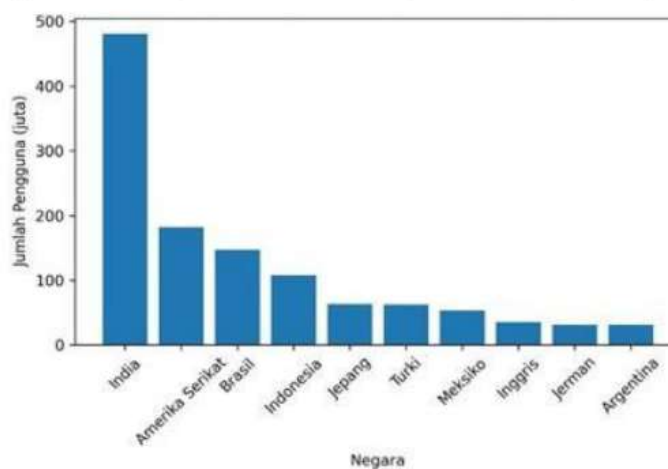
Tabel 1. Pertumbuhan Pengguna Media Sosial Global

Tahun	Jumlah Pengguna (miliar)	Pertumbuhan Tahunan (%)
2020	3,96	-
2021	4,20	6,1%
2022	4,55	8,3%

2023	4,88	7,3%
2024	5,07	3,9%
2025	5,31	4,7%

Sumber : Voxipra.com

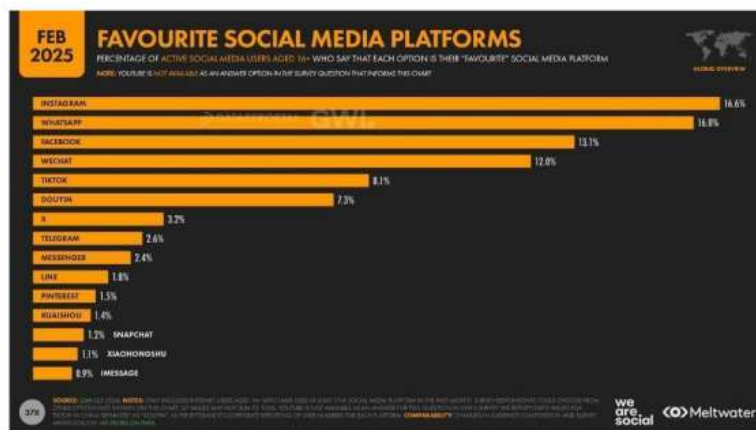
Berbagai platform media sosial berkembang dengan memiliki karakteristik dan juga fungsi yang berbeda- beda. Instagram sendiri menjadi salah satu platform yang memiliki tingkat popularitas tinggi di kalangan masyarakat (Sikumbang et al., 2024). Platform ini menawarkan banyak sekali fitur yang memungkinkan untuk para penggunanya bisa berbagi konten visual mereka dalam bentuk foto ataupun dalam bentuk video. Fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan juga adanya *live streaming* memberikan kesempatan untuk para pengguna dapat menyampaikan informasi. Karakteristik visual yang ada pada platform media sosial Instagram menjadikan sebagai salah satu media yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan secara langsung kepada para audiens (Hakim Ibnu Haikal, Polin Iviana, 2024).



Gambar 1. Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak

Sumber : Indopolitika

Pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan angka yang sangat signifikan. Data statistik terbaru telah menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia sudah mencapai sekitar 107,6 juta pengguna aktif pada bulan oktober 2025, hal ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Indonesia sendiri berada di bawah Brazil dan juga Amerika Serikat, sementara India masih memimpin dengan lebih dari 480 juta pengguna. Posisi ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar digital terbesar dalam ekosistem sosial global. Besarnya jumlah pengguna Instagram tersebut menunjukkan adanya potensi yang sangat besar pada pemanfaatan platform sebagai salah satu sarana untuk komunikasi digital, penyebaran informasi, serta kampanye sosial kepada masyarakat secara luas (Irsandi & Sulthon, 2024).



Gambar 2. Platform Media Sosial

Terpopuler Sumber :We Are Social

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa berbagai platform media sosial memiliki tingkat popularitas yang berbeda di kalangan

pengguna internet secara global usia 16 – 64 tahun. Instagram menempati posisi pertama dengan presentase penggunaan 16,6% diikuti oleh Whatsapp 16,0% dan facebook sebesar 13,1%. Posisi Instagram ini menjadikan Instagram sebagai salah satu platform terbanyak yang digunakan dalam aktivitas komunikasi digital (Via Yusnika Suhendy & Dedy Husrizal Syah, 2025).

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa berbagai platform media sosial memiliki tingkat popularitas yang berbeda di kalangan pengguna internet secara global usia 16 – 64 tahun. Instagram menempati posisi pertama dengan presentase penggunaan 16,6% diikuti oleh Whatsapp 16,0% dan facebook sebesar 13,1%. Posisi Instagram ini menjadikan Instagram sebagai salah satu platform terbanyak yang digunakan dalam aktivitas komunikasi digital (Via Yusnika Suhendy & Dedy Husrizal Syah, 2025).

Tingginya jumlah dari pengguna Instagram menjadikan platform tersebut tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan hiburan maupun komunikasi personal. Instagram juga digunakan oleh berbagai organisasi, Lembaga, komunitas, serta institusi Pendidikan sebagai media komunikasi publik. Penggunaan Instagram dalam konteks organisasi maupun komunitas memungkinkan penyampaian informasi yang lebih cepat serta menjangkau audiens yang lebih luas. Kemampuan Instagram dalam menyajikan konten visual yang menarik juga memberikan peluang baru organisasi atau komunitas untuk dapat membangun citra serta adanya interaksi dengan para audiens (Widayati, 2022).

Memanfaatkan Instagram untuk media komunikasi organisasi memerlukan pengelolaan konten yang baik agar informasi bisa disampaikan dan dapat diterima oleh masyarakat dengan efektif.

Konten yang dipublikasikan pada media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi para audiens terhadap suatu akun yang mereka lihat (Lisa & Irma, 2025). Konten yang baik dapat dengan mudah menyampaikan pesan dan juga hal ini memudahkan para audiens dalam memahami informasi yang disampaikan. Pengelolaan konten mencakup proses perencanaan, pembuatan dan publikasi maupun evaluasi materi yang akan disampaikan pada audiens. Dengan pengelolaan yang tepat membuat organisasi dapat menyampaikan pesan secara terarah dengan tujuan yang ingin dicapai (Lucky & Hidayat, 2026).

Fenomena penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana kampanye sosial semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai komunitas memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan sosial, meningkatkan kesadaran penuh kepada Masyarakat terhadap isu tertentu, serta membangun solidaritas sosial. Media sosial memberi adanya ruang bagi komunitas untuk menyampaikan aspirasi serta memperluas jangkauan pesan yang disampaikan kepada Masyarakat (Assyifa & Susyanti, 2022).

Isu mengenai disabilitas menjadi salah satu topik sosial yang semakin banyak disuarakan melalui media sosial. Penyandang disabilitas masih menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan sosial, termasuk keterbatasan akses terhadap fasilitas publik serta adanya stigma sosial yang berkembang di masyarakat. Kondisi ini menunjukkan perlunya sebuah upaya dari kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesetaraan serta adanya penerimaan terhadap keberagaman (Sulistiani, 2025).

Komunitas yang bergerak dalam bidang disabilitas ini sendiri memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana menyampaikan

pesan edukasi dan juga memperjuangkan adanya hak – hak yang didapatkan oleh para penyandang disabilitas. Media sosial memungkinkan komunitas untuk dapat menyebarkan informasi secara langsung mengenai kegiatan, program pembedayaan, serta berbagai pesan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait dengan masyarakat mengenai isu yang dimiliki oleh disabilitas (Deny Satrio Aji, 2023).

Akun Instagram @Sahabat_Gempita merupakan salah satu akun komunitas yang berfokus pada penyampaian informasi serta kegiatan yang berkaitan dengan penyandang disabilitas. Akun tersebut memanfaatkan adanya penggunaan Instagram sebagai salah satu media komunikasi untuk memperkenalkan kegiatan komunitas, menyampaikan pesan motivasi, serta memberikan edukasi pada masyarakat terkait kehidupan penyandang disabilitas dan memperkenalkan komunitas pada khalayak secara luas. Berbagai bentuk konten dipublikasikan melalui akun tersebut, termasuk dokumentasi kegiatan komunitas, konten edukatif, serta pesan inspiratif yang berkaitan dengan kehidupan para penyandang disabilitas (Anggraini, 2025).

Pengelolaan akun media sosial komunitas menghadapi berbagai tantangan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Banyak konten yang beredar di media sosial terus menerus menuntut pengelola akun untuk bisa menyusun materi secara informatif dan juga menarik maupun mudah untuk bisa dipahami. Dengan mengelola konten yang baik tentu akan menjadi faktor yang penting untuk memperkenalkan identitas komunitas mulai dari kegiatan yang sedang dilakukan hingga pesan sosial yang akan disampaikan kepada masyarakat (Andi Asari, n.d.).

Penelitian yang dilakukan oleh Faustyna (2024) membahas

mengenai adanya pengelolaan media sosial serta pengaruhnya terhadap audiens. Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan media sosial yang baik bisa mendukung penyebaran informasi organisasi pada masyarakat dan memperkuat penyampaian pesan yang akan dikomunikasikan. Sedangkan menurut Assyifa & Susyanti (2022) menjelaskan bahwa konten visual yang menarik serta penggunaan fitur interaktif dapat meningkatkan adanya partisipasi audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada konteks pemasaran digital, promosi produk, dan branding organisasi bisnis. Penelitian yang mengkaji pengelolaan konten media sosial pada komunitas disabilitas masih relatif terbatas. Belum banyak penelitian yang menjelaskan bagaimana pengelolaan konten instagram dimanfaatkan untuk sarana memperkenalkan komunitas disabilitas dan mampu menyebarkan kegiatan yang sedang dilakukan serta meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai isu disabilitas (Shafira, 2025).

Penelitian mengenai pengelolaan *content* pada akun Instagram @sahabat gempita diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai praktik pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh komunitas disabilitas dalam menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Kajian tersebut juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengelolaan komunikasi digital yang lebih efektif, khususnya dalam memperkenalkan komunitas disabilitas, menyebarkan informasi kegiatan, serta meningkatkan respons audiens pada media sosial (Tentry & Haryadi, 2025).

Fokus penelitian diarahkan pada analisis pengelolaan content yang diterapkan pada akun Instagram komunitas disabilitas @sahabat gempita

23
dalam upaya memperkenalkan komunitas disabilitas. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi konten media sosial dalam konteks komunikasi komunitas sosial.

2 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut: “Bagaimana Pengelolaan Content Akun Instagram @sahabat_gempita dalam Memperkenalkan Komunitas Disabilitas?”.

5 1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar fokus kajian tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pertama, batasan waktu penelitian dilakukan dalam rentang periode April 2026 hingga Mei 2026. Data yang dianalisis difokuskan pada unggahan akun Instagram @sahabat_gempita dalam periode tersebut, sehingga temuan penelitian tidak mencakup konten yang dipublikasikan di luar rentang waktu tersebut.

Kedua, batasan data dalam penelitian ini meliputi pada konten yang dipublikasikan pada akun Instagram @sahabat_gempita berupa feed (foto dan video), reels, serta caption serta informasi lain yang berkaitan dengan penyampaian pesan mengenai komunitas disabilitas. Analisis penelitian diarahkan pada bentuk pengelolaan konten yang dilakukan untuk memperkenalkan komunitas disabilitas pada masyarakat melalui instagram. Penelitian ini tidak membahas aspek teknik algoritma instagram maupun efektivitas penggunaan media sosial lainnya.

Ketiga, batasan lokasi penelitian difokuskan pada pengelolaan

akun Instagram @sahabat_gempita sebagai objek studi. Penelitian ini tidak menganalisis aktivitas komunikasi organisasi secara offline maupun pengelolaan komunikasi pada platform digital lain. Fokus penelitian terbatas pada proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi content dalam memperkenalkan komunitas disabilitas.

Dengan adanya batasan ini, penelitian diharapkan lebih terarah, mendalam, dan sesuai dengan ruang lingkup kajian komunikasi digital yang telah ditetapkan.

4

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Menganalisis pengelolaan *Content* dalam memperkenalkan komunitas disabilitas pada akun Instagram @sahabat_gempita.

10

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Menganalisis *Content* yang diterapkan pada akun Instagram @sahabat_gempita dalam memperkenalkan komunitas disabilitas.

11

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi digital, manajemen media sosial.

29

1.5.2 Manfaat Praktiks

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola akun Instagram @sahabat_gempita dalam

merancang, mengelola, serta mengembangkan content secara lebih sistematis dan terarah, sehingga setiap konten yang dipublikasikan memiliki tujuan komunikasi yang jelas dalam memperkenalkan komunitas disabilitas kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Sahabat Gempita

4.1.1 Sejarah Sahabat Gempita

Komunitas sahabat gempita ialah komunitas sosial yang bergerak dibidang disabilitas, dengan fokus utama pada kegiatan edukasi, pembedayaan, serta peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inklusivitas. Komunitas ini dibentuk sebagai bentuk kepedulian terhadap kondisi penyandang disabilitas yang sering menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari segi akses atau penerimaan sosial (Ibu Yeni 2026).

Sahabat gempita memiliki sekretariat yang digunakan sebagai pusat berkoordinasi dengan kegiatan komunitas secara langsung dan pelaksanaan program sosial untuk mereka lakukan. Alamat nya berada di Jl. Detasari Indah Ai - 16 Kureksari waru sidoarjo. Keberadaan sekretariat ini menjadi sarana penting untuk mendukung aktivitas komunitas supaya berjalan lebih terorganisir dan juga terarah



Gambar 4.1 Lokasi Sahabat Gempita

Sumber : Dokumentasi Pribadi 2026

Awal terbentuknya komunitas ini pada tahun 2024 diprakarsai oleh

Ibu Yeni selaku pendiri Komunitas Sahabat Gempita. Pembentukan komunitas ini berawal dari keinginan beliau untuk menciptakan ruang yang lebih inklusif bagi penyandang disabilitas serta menjadi wadah dalam menyalurkan aspirasi dan potensi anak-anak berkebutuhan khusus. Seiring berjalannya waktu, Sahabat Gempita mulai mengembangkan berbagai program kegiatan, edukasi sosial, kampanye kesadaran publik, serta pemberdayaan bagi penyandang disabilitas. Jumlah anggota saat ini yang berada di Sahabat Gempita bertotal 500 grub dengan 100 anggota aktif (Ibu Yeni 2026).

Perkembangan komunitas ini terlihat dari meningkatnya jumlah anggota dan bertambahnya relawan serta semakin beragamnya program kegiatan yang dilaksanakan. Jika pada awalnya komunitas hanya melakukan kegiatan edukasi sederhana kini Sahabat Gempita telah aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan sosial dan juga pelatihan hingga terapi dalam mendukung penyandang disabilitas.





Gambar 4.2 Kegiatan di Sahabat Gempita

Sumber : Instagram Sahabat gempita

Dalam mendukung pengembangan potensi anak berkebutuhan khusus sahabat gempita memiliki beberapa program kegiatan seperti kelas tari, kegiatan terapi hingga pendampingan anak dan pelatihan kreativitas. Selain itu komunitas ini juga aktif melaksanakan kegiatan sosial seperti khitanan gratis bagi anak disabilitas, bakti sosial dan kampanye terkait kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sikap inklusif pada penyandang disabilitas

Pada konteks secara sosial para penyandang disabilitas masih banyak yang menghadapi berbagai macam tantangan tak hanya dalam keterbatasan akses pada fasilitas publik tetapi juga dalam konstruksi secara sosial yang belum bisa menerima segala keberagaman. Sehingga komunitas seperti @Sahabat_Gempita ini memiliki peran yang sangat amat strategis untuk menjembatani masyarakat dengan para penyandang disabilitas (Ibu Yeni 2026).

Tujuan utama dari akun @sahabat gempita adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penerimaan terhadap penyandang disabilitas maupun pemberian edukasi yang relevan dan mudah dipahami. Selain itu, akun ini juga bertujuan untuk menjadi media komunikasi yang mampu menjembatani informasi antara komunitas disabilitas dengan masyarakat luas (Ibu Yeni 2026).

Visi yang ingin dicapai adalah terciptanya masyarakat yang inklusif, dimana setiap individu, termasuk penyandang disabilitas, mendapatkan kesempatan yang setara dalam berbagai aspek kehidupan. Melalui konten yang disajikan, akun ini berupaya untuk menyebarkan nilai – nilai empati, kesetaraan, dan penghargaan terhadap keberagaman. (Ibu Yeni 2026).

Instagram yang digunakan sebagai salah satu media komunikasi digital komunitas dalam menyampaikan informasi dan juga edukasi kepada masyarakat. Melalui akun @Sahabat_Gempita komunitas dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun interaksi secara langsung dengan masyarakat mengenai isu disabilitas.



Gambar 4.1 Profil Instagram @Sahabat Gempita

Sumber : Instagram

Konten yang dipublikasikan oleh akun @Sahabat Gempita umumnya bersifat edukatif, informatif, dan inspiratif. Konten tersebut dapat berupa informasi mengenai jenis-jenis disabilitas, tips dan edukasi, kegiatan komunitas, serta cerita atau pengalaman yang menginspirasi. Selain itu, akun ini juga memanfaatkan berbagai format konten seperti gambar, video, maupun desain grafis yang menarik agar pesan yang disampaikan lebih

mudah dipahami oleh audiens. Variasi konten ini bertujuan untuk menjaga ketertarikan audiens serta meningkatkan interaksi terhadap setiap unggahan (Ibu Yeni 2026).

Kehadiran sahabat gempita memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan pemahaman mengenai disabilitas. Komunitas ini tidak hanya menjadi wadah pendampingan bagi anak berkebutuhan khusus dan keluarganya, tetapi juga berperan dalam membangun kesadaran sosial masyarakat agar lebih menerima keberagaman dan menciptakan lingkungan yang inklusif.

4.1.2 Struktur Organisasi Sahabat Gempita



Gambar 4.2 Struktur Organisasi @Sahabat Gempita

Sumber : Sahabat Gempita

Struktur organisasi pada Komunitas Sahabat Gempita Swara Semesta menunjukkan susunan kepengurusan yang tersusun dengan jelas. Pada tingkat atas terdapat pengawas yang berperan dalam mengawasi jalannya organisasi agar tetap sesuai dengan tujuan. Ketua umum sebagai

pimpinan utama yang bertanggungjawab dalam mengoordinasikan kegiatan dan juga mengambil keputusan secara strategi pada organisasi.

Struktur lainnya didukung oleh para pengurus inti yang terdiri dari sekretaris dan juga bendahara dimana sekretaris memiliki peran untuk mengelola administrasi dan komunikasi organisasi sedangkan untuk bendahara bertanggung jawab dalam mengelola keuangan. Hal ini menunjukkan bahwasannya pembagian tugas yang rinci mendukung efektivitas dan juga transparansi dalam mengelola organisasi secara menyeluruh.

4.2 Profil Informan

Sebelum dilakukannya proses wawancara penelitian ini terlebih dahulu mendahulukan informan yang akan dipilih dan dianggap memiliki keterkaitan secara langsung dengan fokus penelitian. Pemilihan informan ini berdasarkan bahwasannya informan benar benar memahami proses pengelolaan akun instagram @Sahabat_Gempita serta terlibat secara aktif dalam kegiatan komunitas. Informan yang dipilih merupakan pihak yang mengetahui proses perencanaan konten, pengelolaan media sosial, hingga interaksi dengan audiens sehingga data yang diperoleh dinilai relevan dengan kebutuhan penelitian.

4.2.1 Informan 1 (Ibu Yeni)

Ibu yeni merupakan ketua yayasan yang memiliki peran utama dalam mengarahkan kegiatan sekaligus menentukan tujuan dari penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan sahabat gempita. Dalam pengelolaan media sosial ibu yeni terlibat dalam memberikan arahan serta merespon interaksi dengan audiens terutama dengan hasil yang berkaitan anak disabilitas.



Gambar 4.3 Informan Ibu Yeni (Ketua Yayasan)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4.2.2 Informan 2 (Bpk. Wahyu)

Bapak wahyu selaku sekertaris dan juga admin dari media sosial Sahabat Gempita memiliki peran yang paling dominan dalam pengelolaan akun instagram, mulai dari pembuatan konten pengeditan vidio bahkan proses unggah konten ke berbagai platform media sosial. Bapak wahyu juga bertugas untuk menentukan penyajian konten yang akan diupload agar dapat menarik para audiens.



Gambar 4.4 Informan Bapak Wahyu (Sekertaris & Admin)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4.2.3 Informan 3 (Ibu Nur Alhidayah)

Sebagai bendahara memiliki peran yang tidak secara langsung terlibat dalam pengelolaan teknis media sosial namun tetap memberikan kontribusi berupa masukan dan dukungan dalam proses perencanaan konten. Ibu Nur Alhidayah terlibat dalam diskusi ide konten menunjukkan adanya kerja sama tim dalam mengelola akun Instagram.



Gambar 4.5 Informan Ibu Nur Alhidayah (Bendahara)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Tahap Share Penyusunan Content Plan @sahabat_gempita

18

Tahap Share dalam teori *The Circular Model of SoMe* Regina Luttrell merupakan tahap awal dalam pengelolaan media sosial yang berkaitan dengan proses membagikan atau menyebarkan pesan kepada audiens. Pada tahap ini, pengelola media sosial tidak hanya sekadar mengunggah konten, tetapi juga perlu memperhatikan proses perencanaan konten, pemilihan tema, penentuan jenis unggahan, penyesuaian pesan dengan target audiens, serta waktu publikasi yang tepat. Dalam konteks Instagram, tahap Share dapat diwujudkan melalui penyusunan content plan, penentuan format konten seperti feed, reels, dan story, serta pengelolaan pesan agar konten yang dibagikan mampu menjangkau audiens secara tepat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yeni selaku Ketua Yayasan, diketahui bahwa proses penyusunan content plan pada akun

Instagram @Sahabat_Gempita belum dilakukan secara khusus dan terstruktur. Pengelolaan konten masih menyesuaikan dengan kegiatan komunitas yang sedang berlangsung di lapangan. Hal ini disampaikan oleh informan sebagai berikut:

"Kalau content plan sendiri belum ada yang tersusun secara khusus sih mbak, biasanya kita menyesuaikan dengan kegiatan yang sedang ada di lapangan saja."

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan konten pada akun Instagram @Sahabat_Gempita masih bersifat fleksibel dan situasional. Artinya, konten yang dipublikasikan belum disusun berdasarkan kalender konten atau perencanaan khusus sebelumnya, melainkan mengikuti kegiatan yang sedang dilakukan oleh komunitas. Apabila terdapat kegiatan di lapangan, maka kegiatan tersebut dijadikan bahan utama untuk dipublikasikan melalui Instagram. Dengan demikian, konten yang dibagikan lebih banyak bersumber dari aktivitas nyata komunitas, seperti dokumentasi kegiatan, informasi program, maupun aktivitas sosial yang berkaitan dengan penyandang disabilitas.

Jika dikaitkan dengan teori The Circular Model of SoMe Regina Luttrell, kondisi tersebut menunjukkan bahwa tahap Share pada akun @Sahabat_Gempita sudah berjalan, tetapi belum sepenuhnya optimal. Hal ini karena aktivitas membagikan konten memang telah dilakukan, namun belum didukung oleh perencanaan konten yang sistematis. Dalam tahap Share, Regina Luttrell menekankan bahwa proses penyebaran konten sebaiknya diawali dengan perencanaan yang jelas agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan komunikasi dan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, belum adanya content plan khusus menunjukkan bahwa akun @Sahabat_Gempita masih perlu memperkuat tahap Share melalui penyusunan jadwal unggahan, pembagian tema konten, dan penentuan jenis

konten yang lebih terarah.

Selain wawancara dengan Ketua Yayasan, peneliti juga melakukan wawancara dengan Bapak Wahyu selaku Sekretaris sekaligus Admin akun Instagram @Sahabat_Gempita. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai praktik pengelolaan konten dari pihak yang terlibat langsung dalam proses dokumentasi dan publikasi konten di Instagram. Pernyataan Bapak Wahyu memperkuat temuan bahwa penyusunan content plan pada akun @Sahabat_Gempita masih dilakukan secara spontan dan mengikuti kegiatan yang tersedia di lapangan. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut:

“Kalau untuk content plan belum ada yang tersusun secara khusus, tetapi kita selalu melihat kegiatan yang ada terus kita dokumentasikan. Jadi lebih ke spontan sesuai dengan kegiatan yang ada di lapangan.”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Berdasarkan pernyataan Bapak Wahyu tersebut, dapat dipahami bahwa proses penyusunan content plan pada akun Instagram @Sahabat_Gempita belum dilakukan secara formal atau terjadwal. Konten yang dipublikasikan lebih banyak berasal dari kegiatan komunitas yang sedang berlangsung di lapangan, kemudian didokumentasikan dan diunggah secara spontan. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas berbagi konten pada tahap Share sudah dilakukan, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh perencanaan konten yang sistematis.

Selain melihat proses penyusunan content plan, peneliti juga menggali siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan konten akun Instagram @Sahabat_Gempita. Hal ini penting untuk mengetahui bagaimana pembagian peran dalam proses pengelolaan media sosial, khususnya pada tahap Share, karena penyebaran konten tidak hanya berkaitan dengan unggahan, tetapi juga melibatkan pihak yang menentukan, mendokumentasikan, dan mempublikasikan konten. Terkait hal tersebut,

Ibu Yeni selaku Ketua Yayasan menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau untuk konten lebih ke Mas Wahyu sih mbak secara langsung.”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Selain memperoleh informasi dari Ibu Yeni, ³⁹peneliti juga menanyakan hal yang sama kepada Bapak Wahyu selaku Sekretaris sekaligus Admin akun Instagram @Sahabat_Gempita. Hal ini dilakukan ⁸untuk memperjelas pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses perencanaan dan pengelolaan konten. Sebagai admin, Bapak Wahyu memiliki peran penting karena terlibat dalam proses dokumentasi, pemilihan konten, hingga publikasi unggahan di Instagram. Berikut pernyataan Bapak Wahyu terkait pihak yang terlibat dalam perencanaan konten:

“Kalau utama yang terlibat saya, kemudian ada Bu Yeni dan Ibu Nur.”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Berdasarkan pernyataan Bapak Wahyu tersebut, dapat diketahui bahwa proses perencanaan konten pada akun Instagram @Sahabat_Gempita melibatkan beberapa pihak utama, yaitu Bapak Wahyu sebagai Sekretaris sekaligus Admin, Ibu Yeni sebagai Ketua Yayasan, dan Ibu Nur. Meskipun content plan belum tersusun secara formal, pengelolaan konten tetap melibatkan koordinasi antaranggota yayasan. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengelolaan konten tidak dilakukan oleh satu pihak saja, tetapi tetap melibatkan pihak-pihak yang memiliki peran dalam menentukan kegiatan, mendokumentasikan aktivitas, dan mengarahkan pesan yang akan disampaikan melalui Instagram.

Jika dikaitkan dengan tahap Share dalam teori ⁹The Circular Model of SoMe Regina Luttrell, keterlibatan beberapa pihak dalam proses pengelolaan konten menjadi bagian penting dalam menentukan pesan yang

akan dibagikan kepada audiens. Pada tahap Share, pengelola media sosial perlu memahami siapa yang berperan dalam menyusun dan menyebarkan konten agar pesan yang disampaikan dapat sesuai dengan tujuan komunikasi. Dalam konteks akun @Sahabat_Gempita, keterlibatan Bapak Wahyu, Ibu Yeni, dan Ibu Nur menunjukkan adanya proses koordinasi internal, meskipun perencanaan kontennya masih bersifat sederhana dan belum terstruktur dalam bentuk kalender konten.

Setelah mengetahui pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan konten, peneliti juga menggali apakah akun Instagram @Sahabat_Gempita memiliki jadwal posting atau kalender konten yang digunakan sebagai acuan dalam proses publikasi. Hal ini penting karena dalam tahap Share, jadwal unggahan menjadi salah satu bagian dari perencanaan konten agar pesan yang disampaikan dapat berjalan secara konsisten dan terarah. Berkaitan dengan hal tersebut, Ibu Yeni selaku Ketua Yayasan menyampaikan sebagai berikut:

“Tidak ada jadwal mbak, tapi kita usahakan setiap hari kita upload, jadi sehari satu.”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Berdasarkan pernyataan Ibu Yeni tersebut, dapat diketahui bahwa akun Instagram @Sahabat_Gempita belum memiliki jadwal posting atau kalender konten yang tersusun secara khusus. Meskipun demikian, pengelola akun tetap berupaya menjaga konsistensi unggahan dengan menargetkan publikasi konten setiap hari, yaitu satu unggahan dalam satu hari. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perencanaan konten belum dituangkan dalam bentuk kalender yang formal, terdapat upaya dari pengelola akun untuk tetap aktif membagikan konten kepada audiens.

Jika dikaitkan dengan tahap Share dalam teori ⁹ The Circular Model of SoMe Regina Luttrell, konsistensi dalam membagikan konten merupakan bagian penting dari proses penyebaran pesan di media sosial. Namun, tahap

Share akan lebih optimal apabila konsistensi tersebut didukung dengan jadwal atau kalender konten yang jelas. Dengan adanya kalender konten, akun @Sahabat_Gempita dapat mengatur tema unggahan, waktu publikasi, serta jenis konten yang akan dibagikan secara lebih terarah. Oleh karena itu, upaya mengunggah konten setiap hari sudah menjadi langkah positif, tetapi masih perlu diperkuat melalui perencanaan yang lebih sistematis agar pesan sosial mengenai disabilitas dapat tersampaikan secara konsisten dan efektif.

Selain jadwal publikasi, tahap Share juga berkaitan dengan penentuan tujuan dari setiap konten yang akan dibagikan kepada audiens. Tujuan konten menjadi hal penting karena dapat menentukan arah pesan yang ingin disampaikan melalui Instagram. Dalam konteks akun @Sahabat_Gempita, peneliti menggali bagaimana pengelola menentukan tujuan dari konten yang dipublikasikan, terutama karena akun ini tidak hanya membagikan dokumentasi kegiatan, tetapi juga membawa pesan sosial mengenai aktivitas dan potensi anak-anak disabilitas. Berkaitan dengan hal tersebut, Ibu Yeni selaku Ketua Yayasan menyampaikan sebagai berikut:

“Tujuannya lebih ke memperkenalkan kegiatan anak-anak di sini sama supaya masyarakat itu tahu aktivitas mereka apa saja.”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Berdasarkan pernyataan Ibu Yeni tersebut, dapat diketahui bahwa tujuan utama dari konten yang dipublikasikan pada akun Instagram @Sahabat_Gempita adalah untuk memperkenalkan kegiatan anak-anak disabilitas kepada masyarakat. ²¹ Konten yang diunggah tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media informasi agar masyarakat mengetahui aktivitas, kemampuan, dan keterlibatan anak-anak dalam berbagai kegiatan di yayasan. Dengan demikian, konten Instagram @Sahabat_Gempita memiliki tujuan sosial, yaitu membangun pemahaman

masyarakat terhadap kegiatan komunitas disabilitas.

Jika dikaitkan dengan tahap Share dalam teori The Circular Model of SoMe Regina Luttrell, penentuan tujuan konten merupakan bagian penting dalam proses penyebaran pesan. Pada tahap Share, konten yang dibagikan perlu memiliki arah komunikasi yang jelas agar pesan dapat diterima oleh audiens secara tepat. Dalam konteks akun @Sahabat_Gempita, tujuan konten sudah terlihat, yaitu memperkenalkan aktivitas anak-anak disabilitas kepada masyarakat. Namun, agar tujuan tersebut dapat tersampaikan secara lebih maksimal, pengelola akun perlu menghubungkannya dengan perencanaan konten yang lebih terstruktur, misalnya dengan membagi konten ke dalam tema kegiatan, edukasi, inspirasi, dan informasi yayasan. Dengan begitu, proses Share tidak hanya bersifat dokumentatif, tetapi juga mampu menjadi strategi komunikasi yang lebih terarah dalam membangun kesadaran dan keterlibatan audiens.

4.3.2 Tahap Optimize Penyusunan Content Plan @sahabat_gempita

Tahap optimize dalam penyusunan conten plan pada akun instagram @Sahabat_gempita dilakukan dengan cara menyesuaikan bentuk penyajian konten agar lebih menarik, mudah dipahami serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Pada tahap ini pengeloal akun berupaya mengoptimalkan visual, format konten dan penggunaan caption hingga pemanfaatan trens media sosial agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara pengelola akun instagram @Sahabat_Gempita berusaha membuat konten yang menarik dengan mengambil momen terbaik dari setiap kegiatan yang dilakukan anak-anak berkebutuhan khusus. Kemudian dikemas dalam bentuk vidio maupun foto yang disesuaikan dengan kebutuhan publikasi di instragram. Ibu yeni menyampaikan bawah

“Kita ambil konten yang bagus mbk terus kita vidio dengan jelas dan juga

menarik”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses optimalisasi konten dilakukan dengan memperhatikan kualitas visual agar audiens lebih tertarik dengan unggahan yang dipublikasikan, selain itu pemilihan momen dianggap penting karena sebagian besar konten yang diunggah merupakan dokumentasi kegiatan langsung di lapangan.

Pada teori *The Circular Model Of Same* menekankan bahwa penitngnya pengoptimalan pesan sebelum dipublikasiakn pada ausidens. Pada tahap ini organisasi tidak hanya fokus pada penyampaian informasi namun juga memastikan bahwa konten memiliki daya tarik visual yang bisa menarik perhatian pengguna media sosial. Upaya pengelola akun @Sahabar_Gempita memilih momen terbaik dan menghasilkan dokumentasi yang jelas dengan proses seleksi konten agar informasi disampaikan lebih efektif.

Dalam proses pengemasan konten pengelola juga menambahkan elemen pendukung seperti editing vidio, narasi, stiker hingga penggunaan sounds yang sedang trend agar tampilan konten menjadi lebih menarik. Hal ini disampaikan oleh Bpk Wahyu selaku admin media sosial

“Untuk membuat konten ini menarik saya tambahkan editan vidio ya kayak di tiktok- tiktok gitu diberi narasi sama stiker atau tambahan suara sounds.”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Optimalisasi tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya tarik visual sekaligus menyesuaikan karakteristik audiens media sosial yang cenderung lebih menyukai konten audio visual. Penggunaan elemen kreatif pada video juga membantu meningkatkan peluang konten untuk memperoleh jangkauan yang lebih luas di Instagram.

Pada teori *The Circular Model Of Same* optimalisasi tidak hanya berkaitan dengan isi pesan namun juga bagaimana pesan ini dikemas agar bisa meningkatkan perhatian dan keterlibatan para pengguna. Penambahan unsur kreatif pada video membuat konten menjadi lebih dinamis dan sesuai dengan pola konsumsi masyarakat digital yang menyukai informasi berbentuk audio visual.

Selain memperhatikan visual, akun @sahabat_gempita juga menyesuaikan format unggahan berdasarkan jenis konten yang dipublikasikan. Konten berbentuk video biasanya diunggah melalui fitur reels karena dianggap mampu menjangkau lebih banyak pengguna, sedangkan dokumentasi foto dipublikasikan melalui feed. Sementara itu, fitur story digunakan untuk membagikan aktivitas harian komunitas. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Wahyu sebagai berikut:

“Kalau video biasanya kita pakai reels lebih banyak yang lihat, kalau foto ya di feed story biasanya buat update kegiatan harian saja.”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Pemanfaatan berbagai fitur Instagram tersebut menunjukkan bahwa pengelola akun sudah menyesuaikan bentuk konten dengan karakteristik masing – masing. Penggunaan reels dinilai lebih efektif dalam meningkatkan visibilitas konten karena fitur ini sudah muncul pada halaman eksplorasi pengguna Instagram.

Pada bagian caption atau copywriting akun @Sahabat_Gempita ini menggunakan gaya bahasa yang sederhana biasanya caption berisi penjelasan mengenai aktivitas yang sedang dilakukan dan disisipkan pesan edukasi maupun motivasi.

“Untuk caption biasanya kita jelaskan kegiatan yang sedang dilakukan sih mbk sama kasih edukasi”.

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Hal ini juga disampaikan oleh ibu Nur Alhidayah yang menyatakan bahwa caption harus menyesuaikan isi video atau foto.

“Untuk caption ini harus disesuaikan dengan video yang akan di upload dan menambahkan beberapa motivasi pokoknya isinya harus sesuai dengan video atau foto

(Ibu Nur, Bendahara, wawancara peneliti)

Selain itu pemanfaatan penggunaan hashtag membantu konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki ketertarikan pada isu disabilitas.

Caption berfungsi memberikan konteks tambahan sehingga audiens tidak hanya melihat gambar atau video tetapi juga memahami makna yang akan disampaikan oleh pengelola akun. ²² Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami menjadi salah satu bentuk optimalisasi pesan agar informasi mengenai disabilitas bisa diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Dalam penyampaian isu disabilitas merupakan topik yang sensitif sehingga penyampaian pesan perlu dilakukan secara hati – hati

“Kita selalu mengusahakan bahwasannya konten yang kita buat hari ini tidak menyinggung dan tetap positif dari bahasanya juga kita buat lebih sederhana”.

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Optimalisasi konten pada akun @Sahabat_Gempita tidak hanya berfokus pada tampilan visual tetapi juga memperhatikan etika komunikasi dalam menyampaikan peran sosial kepada masyarakat. Dengan penggunaan bahasa yang sederhana dan positif konten yang dipublikasikan menjadi lebih mudah diterima oleh audiens dari berbagai kalangan.

Tahap optimize pada akun instagram @Sahabat_Gempita dilakukan melalui pengemasan visual yang menarik pemilihan format konten yang sesuai dan penggunaan caption maupun hastag dengan trend sosial. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik konten sekaligus membantu penyampaian pesan mengenai disabilitas agar lebih mudah dipahami.

Temuan ini sejalan dengan teori *The Circular Model Of Same* yang dimana tahap optimize memiliki tujuan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dengan menyesuaikan konten pada karakteristik media dan juga kebutuhan audiens. Melalui proses optimalisasi ini konten yang dipublikasikan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi tetapi juga menjadi sarana edukasi yang bisa meningkatkan pemahaman masyarakat terkait isu disabilitas dan nilai inklusivitas.

4.3.3 Tahap Manage Penyusunan Content Plan @sahabat_gempita

Tahap manage dalam penyusunan content plan pada akun Instagram @sahabat_gempita berkaitan dengan proses pengelolaan akun media sosial setelah unggahan dipublikasikan. Pada tahap ini, pengelola akun berupaya menjaga konsistensi publikasi, mengatur interaksi dengan pengikut, serta mengatasi berbagai hambatan yang muncul selama proses pengelolaan media sosial berlangsung. Pengelolaan yang baik diperlukan agar aktivitas komunikasi digital komunitas tetap berjalan secara teratur dan mampu mempertahankan hubungan dengan para pengikut akun Instagram.

Berdasarkan hasil wawancara, interaksi dengan audiens dilakukan melalui balasan komentar maupun pesan langsung (direct message). Namun, proses tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara cepat karena keterbatasan waktu dan tenaga pengelola komunitas. Ibu Yeni menjelaskan bahwa:

“kalau untuk dm kita balas sebisa mungkin mbk tapi tidak selalu cepat”.

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Wahyu yang menyebutkan bahwa pengelolaan komunikasi lebih banyak dilakukan oleh Ibu Yeni karena dianggap lebih memahami isu disabilitas dan kondisi anak-anak berkebutuhan khusus.

“Lebih banyak yang membalas si ibu yeni ya.. karena beliau yang lebih faham tentang dunia disabilitas, tapi kalau ga berhubungan dengan anak disabilitas ya saya bantu jawab”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proses pengelolaan interaksi dilakukan secara bersama-sama sesuai dengan bidang pemahaman masing-masing pengurus komunitas. Selain menjaga komunikasi dengan pengikut, cara tersebut juga membantu memberikan respons yang lebih tepat terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan kegiatan maupun isu disabilitas.

Dalam menanggapi komentar atau pertanyaan dari pengikut, akun @sahabat_gempita tidak memiliki perlakuan khusus terhadap audiens tertentu. Seluruh respons diberikan secara sopan, jelas, dan menyesuaikan isi pertanyaan yang disampaikan. Ibu Yeni menyampaikan bahwa:

“tidak ada yang khusus mbk, kita jawab sesuai dengan pertanyaannya”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Sementara itu, Bapak Wahyu menambahkan bahwa seluruh pertanyaan tetap direspons selama disampaikan dengan baik oleh audiens.

“respon khusus gaada semua kita respon apapun pertanyaannya yang penting respon kita itu sopan dan jelas”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Hal tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @sahabat_gempita berusaha membangun komunikasi yang terbuka dan ramah dengan pengikutnya sehingga tercipta hubungan yang positif antara komunitas dan masyarakat.

Pada teori ³⁷ The Circular Model Of Some tahap manage berfokus pada pengelolaan aktivitas media sosial setelah konten ini dipublikasikan termasuk dalam pemantauan dan merespon interaksi yang muncul. Meski respons belum selalu diberikan secara cepat sebab keterbatasan waktu dan sumber daya pengelola tetap berupaya menjaga komunikasi dengan audiens.

Selain pengelolaan interaksi, tahap manage juga terlihat dari upaya menjaga konsistensi unggahan pada akun Instagram. Meskipun belum memiliki jadwal publikasi yang tersusun secara formal, pengelola tetap berusaha mengunggah materi secara rutin agar akun tetap aktif dan terus menjangkau audiens. Ibu Yeni menyampaikan bahwa:

“kita usahakan setiap hari upload mbk walapun kadang ada kendala ya namanya anak pasti kadang kurang bisa diajak kerjasama”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsistensi unggahan menjadi salah satu perhatian utama dalam pengelolaan akun media sosial komunitas. Walaupun terdapat hambatan dalam proses pengambilan dokumentasi kegiatan anak-anak, pengurus tetap berupaya mempertahankan aktivitas publikasi secara rutin.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Wahyu yang menyebutkan bahwa minimal terdapat satu unggahan setiap hari pada akun Instagram @sahabat_gempita.

“paling ga minimal itu satu hari upload satu konten apapun itu kontennya”

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Selain memanfaatkan Instagram, komunitas juga menggunakan platform media sosial lain seperti Facebook dan TikTok sehingga proses publikasi dilakukan secara bersamaan pada beberapa platform digital. Ibu Nur Alhidayaj menjelaskan bahwa:

“karena disini gak hanya memanfaatkan instagram saja tapi juga ada media sosial lainnya jadi ada waktu dimana mas wahyu ini upload mbk jadi langsung upload 3 media sosial itu”

(Ibu Nur, Bendahara, Wawancara Peneliti).

Pemanfaatan beberapa platform media sosial tersebut dilakukan untuk memperluas penyebaran informasi dan meningkatkan jangkauan publik terhadap kegiatan komunitas Sahabat Gempita.

Teori *The Circular Model Of Some* menjelaskan bahwa media sosial tidak berhenti pada proses publikasi namun juga mencakup pemeliharaan keberadaan agar akun tetap aktif dan relevan di hadapan audiens. Konsistensi unggahan menjadi salah satu bentuk pengelolaan media sosial yang bertujuan mempertahankan perhatian pengikut pada aktivitas komunitas.

Dalam proses pengelolaan akun Instagram, komunitas juga menghadapi beberapa kendala. Hambatan yang paling sering muncul berkaitan dengan keterbatasan waktu, tenaga, serta pencarian ide dan konsep publikasi yang sesuai. Ibu Yeni menjelaskan bahwa:

“kalau kendala biasanya lebih ke waktu sama tenaga saja sih mbk karena kan kadang sulit untuk bisa mengatur anak anak sesuai dengan keinginan kita”

(Ibu Yeni, Ketua Yayasan, wawancara peneliti)

Selain itu, Bapak Wahyu juga menyampaikan bahwa proses

menentukan materi unggahan sering menjadi tantangan tersendiri karena pengelola harus memikirkan konsep yang tepat sebelum materi dipublikasikan.

*“mungkin lebih ke cari materi dan konsep yang pas kadang suka bingung
enaknya bahas konten yang bagaimana”*

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Kendala serupa turut disampaikan oleh Ibu Nur Alhidayaj yang menyebutkan bahwa tim pengelola terkadang mengalami kesulitan dalam mencari ide agar materi yang dibagikan tidak terlihat monoton.

*“kadang saya juga disuruh bantu untuk ide konten karena ya bingung
supaya kontennya menarik dan ga begitu begitu saja”*

(Ibu Nur, Bendahara, Wawancara Peneliti).

Berdasarkan hasil penelitian, tahap manage pada akun Instagram @sahabat_gempita dilakukan melalui pengelolaan interaksi dengan pengikut, menjaga konsistensi publikasi, serta pembagian peran antar pengurus komunitas dalam mengelola media sosial. Meskipun masih menghadapi berbagai hambatan, pengelola akun tetap berusaha mempertahankan aktivitas komunikasi digital agar informasi mengenai kegiatan komunitas dapat terus tersampaikan kepada masyarakat luas.

Temuan ini sejalan dengan teori ³³ The Circular Model Of Some dimana tahap manage berfokus pada pengelolaan komunikasi, pemeliharaan hubungan audiens dan pengawasan aktivitas media sosial agar bisa berjalan secara berkelanjutan. Meski masih menghadapi kendala berupa keterbatasan waktu dan tenaga maupun pencaroran ide konten pengelola tetap berupaya mempertahankan aktivitas komunitas digital sehingga informasi mengenai komunitas @Sahabar_Gempita bisa terus tersampaikan.

4.3.4 Tahap Engage Penyusunan Content Plan @sahabat_gempita

Pada tahap ini penyusunan content plan pada akun instagram @sahabat_Gempita berkaitan dengan upaya membangun keterlibatan audiens terhadap unggahan yang dibagikan melalui media sosial. Pada tahap ini komunitas berusaha menciptakan hubungan lebih dekat dengan pengikut melalui berbagai publikasi yang bisa menarik perhatian dan menimbulkan respons maupun meningkatkan partisipasi audiens terhadap aktivitas komunitas. Keterlibatan tersebut dapat dilihat melalui jumlah likes, komentar, views dan respons masyarakat terhadap materi yang dipublikasikan.

Sesuai hasil wawancara pengelola akun instagram @sahabat_gempita menilai bahwa tingkat keterlibatan audiens pada akun mereka sudah cukup baik meskipun belum terlalu tinggi. Ibu yeni menjelaskan

“Menurut saya cukup sih mbk ya walaupun kadang belum terlalu tinggi tetapi setidaknya masyarakat juga sudah ada yang tahu”.

(Ibu Yeni , Ketua Yayasan,Wawancara Peneliti)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa keberadaan instagram sudah membantu komunitas dalam memperkenalkan kegiatan sahabat gempita kepada masyarakat luas. Walaupun interaksi yang sudah ada belum maksimal. Media sosial dinilai mampu meningkatkan kesadaran publik terhadap aktivitas penyandang disabilitas di komunitas tersebut.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bpk Wahyu selaku admin media sosial yang melihat adanya perkembangan pada akun instagram @Sahabat_Gempita sejak awal pengelolaan akun dilakukan.

“ Selama saya memegang akun instagram sahabat gempita sih sudah lumayan kak ada kenaikan ya meskipun ada beberapa masih dibawah insight”.

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Peningkatan ini terlihat dari bertambahnya jumlah penonton pada beberapa unggahan serta adanya respons yang didapatkan dari masyarakat terhadap materi yang dibagikan. Dengan demikian aktivitas publikasi yang dilakukan secara rutin memberi pengaruh terhadap pertumbuhan interaksi akun instagram komunitas.

Pada ³teori The Circular Model Of Some tahap *engage* menekankan penitngnya membangun keterlibatan antar organisasi dengan audiens secara berkelanjutan, meski tingkat interaksi belum tinggi tapi dengan adanya perhatian dan pengenalan masyarakat terhadap komunitas menunjukkan bahwa proses engagement mulai terbentuk.

Berdasarkan hasil penelitian jenis unggahan yang memperoleh respons cukup tinggi umumnya berkaitan dengan aktivitas anak – anak berkebutuhan khusus terutama yang menampilkan karya maupun proses kegiatan mereka

“Konten yang lebih senang dan disukai itu malah ke ceremony mbk kalau edukasi itu tidak banyak yang suka”.

(Ibu Yeni , Ketua Yayasan,Wawancara Peneliti)

Selain itu Bpk Wahyu menjelaskan bahwa publikasi mengenai karya anak – anak juga mendapatkan perhatian yang cukup besar dari audiens.

“Akhir – akhir ini sih aksi kreasi kayak karya anak – anak mulai dari berlatih dan tampilan hasil karya mereka sama cara mereka melakukan dan menghasilkan karya”.

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa audiens cenderung lebih tertarik pada unggahan yang menampilkan aktivitas nyata, kreativitas, dan

proses pengembangan kemampuan anak-anak dibandingkan materi edukasi yang bersifat informatif. Hal tersebut terjadi karena publikasi visual yang memperlihatkan kegiatan secara langsung dianggap lebih mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Ibu Nur Alhidayah juga menyampaikan bahwa tayangan mengenai hasil karya anak-anak sering memperoleh jumlah penonton yang lebih tinggi dibanding unggahan lainnya.

“konten yang paling banyak itu kalau kita menunjukkan hasil karya anak anak bahkan saat mereka sedang membuat karyanya jadi para penglihat ini kayak merasa kaget dengan kondisi mereka tapi mereka masih bisa menghasilkan karya”

(Ibu Nur, Bendahara, Wawancara Peneliti).

Melalui unggahan tersebut, masyarakat tidak hanya melihat aktivitas komunitas, tetapi juga memperoleh pemahaman bahwa anak berkebutuhan khusus memiliki potensi dan kemampuan untuk berkarya seperti individu lainnya. Dengan demikian, publikasi yang dibagikan turut membantu membangun pandangan positif masyarakat terhadap penyandang disabilitas.

Dalam menilai keberhasilan suatu unggahan, pengelola akun menggunakan beberapa indikator seperti jumlah likes, komentar, views, dan respons audiens terhadap materi yang dipublikasikan. Ibu Yeni menjelaskan bahwa:

“saya melihat dari like komentar kalau semisal itu dapat banyak ya berarti bagus kontennya”.

(Ibu Yeni , Ketua Yayasan,Wawancara Peneliti)

Sementara itu, Ibu Nur Alhidayah menyampaikan bahwa ukuran keberhasilan juga dapat dilihat dari jumlah penonton serta interaksi yang

muncul pada setiap unggahan.

“dilihat dari like, komen sama viewers nya”.

(Ibu Nur, Bendahara, Wawancara Peneliti).

Tidak hanya berdasarkan angka interaksi, Bapak Wahyu juga menilai bahwa kenyamanan audiens saat melihat unggahan menjadi bagian penting dalam membangun keterlibatan di media sosial.

“kalau orang nyaman melihat konten kita itu indikator keberhasilan kita sih, jadi bagaimana kita bisa membawakan ini tidak menyindir siapa siapa” (Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa akun @sahabat_gempita tidak hanya berfokus pada jumlah interaksi, tetapi juga memperhatikan bagaimana pesan sosial dapat diterima dengan baik tanpa menimbulkan kesan negatif bagi pihak tertentu.

Selain melihat tingkat interaksi, pengelola akun juga menyadari adanya perubahan keterlibatan audiens setelah menerapkan beberapa strategi seperti penggunaan hashtag, pengeditan video, serta publikasi yang lebih konsisten. Bapak Wahyu menyampaikan bahwa:

“kalau perubahan saya rasa sudah ada sedikit dengan menerapkan strategi dari penggunaan hastag dan mengedit vidio insight lihat di instagram lebih sedikit meningkat”.

(Bapak Wahyu, Sekretaris dan Admin, wawancara peneliti)

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Ibu Nur Alhidayah yang melihat adanya peningkatan jumlah penonton pada unggahan akun Instagram @sahabat_gempita.

“ada sih mbk kayak viewers sekarang juga lebih naik”.

(Ibu Nur, Bendahara, Wawancara Peneliti).

Berdasarkan hasil penelitian, tahap engage pada akun Instagram @sahabat_gempita dilakukan dengan membangun interaksi melalui publikasi yang mampu menarik perhatian audiens, khususnya tayangan mengenai aktivitas dan karya anak-anak berkebutuhan khusus. Keterlibatan audiens terlihat melalui meningkatnya jumlah penonton, komentar, serta respons masyarakat terhadap unggahan yang dibagikan. Selain itu, strategi seperti penggunaan hashtag, pengeditan video, dan konsistensi publikasi turut membantu meningkatkan hubungan antara komunitas dengan pengikut akun Instagram @sahabat_gempita.

Kondisi ini sejalan dengan teori The Circular Model Of Some bahwa engagement terbentuk ketika audiens merasa terhubung dengan pesan yang disampaikan dan terdorong untuk memberi respons pada konten tersebut. Peningkatan jumlah views, likes, komentar dan respons positif dari masyarakat memperkuat hubungan antar komunitas @Sahabat_Gempita dengan audiens sekaligus meningkatkan kesadaran publik tentang potensi dan kemampuan penyandang disabilitas.

6

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan penyusunan content plan pada akun @Sahabat_Gempita dalam meningkatkan brand engagement menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi digital komunitas disabilitas dengan masyarakat luas. Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat membagikan dokumentasi kegiatan tetapi juga digunakan sebagai media edukasi sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sikap inklusif terhadap penyandang disabilitas.

Melalui berbagai unggahan yang dipublikasikan komunitas sahabat gempita berupaya untuk menunjukkan aktivitas komunitas sahabat gempita

beserta kemampuan dan potensi anak-anak berkebutuhan khusus agar masyarakat memiliki pandangan yang lebih positif terhadap penyandang disabilitas. Berdasarkan teori The Circural Model Of Same Regina luttrell proses pengelolaan media sosial pada akun @Sahabat_Gempita dilakukan melalui tahapan **share, optimize, manage dan engage.**

Pada tahap **share** akun **instagram @sahabat gempita** menunjukkan bahwa proses penyusunan konten plan masih dilakukan secara sederhana dan belum tersusun dalam bentuk kalender konten yang formal. Materi publikasi lebih banyak menyesuaikan kegiatan komunitas yang sedang berlangsung di lapangan seperti terapi, kelas tari dan pelatihan kreativitas maupun bakti sosial hingga kegiatan pendampingan.

Meski demikian pengelola akun tetap berupaya menjaga konsistensi unggahan dengan membagikan aktivitas komunitas hampir setiap hari. Dalam tahap ini bertujuan untuk diarahkan memperkenalkan kegiatan anak-anak berkebutuhan khusus kepada masyarakat agar publik mengetahui bahwa penyandang disabilitas memiliki kemampuan yang dapat berkembang. Selain itu pengelolaan media sosial juga melibatkan beberapa pengurus komunitas seperti Ibu Yeni, Bpk Wahyu dan Ibu Nur sehingga proses publikasi dilakukan melalui koordinasi bersama.

Pada tahap **optimize** pengelola akun melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas penyajian unggahan agar lebih menarik dan mudah dipahami audiens. Optimalisasi dilakukan melalui pengemasan visual yang lebih kreatif penggunaan fitur instagram seperti reels, feed dan story maupun penambahan elemen pendukung berupa narasi, sound dan stiker. Penggunaan reels dianggap lebih efektif karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui halaman eksplorasi instagram.

Selain itu bahasa yang digunakan pada caption dibuat sederhana dan komunikatif agar peran sosial mengenai disabilitas dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Penggunaan hashtag juga membantu publikasi lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki ketertarikan pada isu sosial dan disabilitas. Melalui tahap ini akun @Sahabat_Gempita berupaya menyesuaikan

bentuk komunikasi digital dengan karakteristik pengguna media sosial yang lebih tertarik pada tayangan audio visual.

Untuk tahap manage pengelola akun instagram berupa menjaga hubungan dengan audiens melalui balasan komentar maupun pesan langsung (*direct message*). Interaksi dilakukan secara terbuka dan ramah tanpa membedakan pengikut tertentu sehingga tercipta hubungan yang positif antara komunitas dan masyarakat. Selain menjaga komunikasi dengan audiens pengurus komunitas juga berusaha mempertahankan konsistensi unggahan meski masih menghadapi beberapa kendala keterbatasan waktu, tenaga.

Dalam proses pengelolaan media sosial komunitas tidak hanya menggunakan instagram tetapi juga memanfaatkan Facebook dan Tiktok untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa sahabat gempita berupaya memanfaatkan media digital secara maksimal agar informasi mengenai kegiatan komunitas dapat tersebar lebih luas.

Pada tahap engage akun instagram @Sahabta_Gempita berusaha membangun keterlibatan para audiens melalui publikasi yang bisa menarik perhatian dan memunculkan respons dari masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian unggahan yang paling banyak memperoleh interaksi umumnya berkaitan dengan aktivitas anak-anak terutama pada penampilan hasil karya, proses latihan dan kegiatan kreativitas mereka. Tayangan tersebut dinilai mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens sebab masyarakat dapat melihat secara langsung kemampuan anak-anak disabilitas berkarya. Selain dilihat dari jumlah likes, comment dan views keberhasilan publikasi juga dinilai dari kenyamanan audiens saat melihat unggahan yang dibagikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Mustikasari (2025) yang menemukan bahwa strategi media sosial berbasis model SOME mampu meningkatkan keterlibatan komunitas melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara optimal. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Aurelia (2025) yang menjelaskan bahwa pengelolaan konten yang menarik dan informatif dapat menjadikan Instagram sebagai media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada

publik. Dengan demikian, keberhasilan akun @sahabat_gempita dalam memperkenalkan komunitas disabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh frekuensi unggahan, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam menyusun dan mengelola konten yang relevan dengan kebutuhan audiens.

Temuan penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian Ramdan (2023) bahwa konten instagram yang informatif bisa meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat pada penyandang disabilitas. Akun @Sahabat_Gempita tidak hanya berfungsi untuk penyebaran informasi tetapi juga edukasi. Hasil ini juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Winata (2026) bahwa media digital ini memiliki peran penting untuk bisa memperluas akses informasi serta mendukung adanya pemberdayaan dalam penyandang disabilitas. Sehingga pengguna instagram @Sahabat_Gempita mudah dipahami sebagai salah satu bentuk pemanfaatan dalam media digital yang tidak hanya berorientasi dalam penyampaian pesan tetapi juga membentuk sebuah hubungan yang dekat dengan masyarakat.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian diketahui bahwa penyusunan konten plan pada akun instagram @Sahabat_Gempita dalam meningkatkan engagement telah berjalan melalui tahapan share, optimize, manage dan engage. Meskipun pengelolaan media sosial masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki perencanaan yang sepenuhnya terstruktur. Melalui publikasi bersifat edukatif, inspiratif dan informatif mampu membangun interaksi dengan audiens serta meningkatkan kesadaran sosial masyarakat mengenai pentingnya sikap inklusif pada penyandang disabilitas.

40

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian didapatkan kesimpulan bahwa pengelolaan content pada akun instagram @Sahabat_Gempita dalam memperkenalkan komunitas disabilitas sudah dilaksanakan dengan tahapan share, optimaze, manage dan juga engage. Dalam tahap share akun instagram dimanfaatkan sebagai sarana penyampian informasi tentang kegiatan, program dan juga aktivitas yang dilakukan penyandang disabilitas pada masyarakat, proses perencanaan konten masih dilakuakn dengan sederhana dan secara sistematis. Untuk tahap optimize pengelola berupa untuk mengemas konten dengan menggunakan foto,vidio dan juga caption dalam format unggahan yang menarik sehingga membuat pesan yang disampaikan akan lebih mudah dipahami bagi para audiens. Selain itu pada tahap manage diwujudkan melalui pengelolaan interaksi dengan pengikut yaitu menjaga konsistensi unggahan dan memberi respons pada kolom komentar maupun pesan yang masuk sesuai dengan kapasitas pengelola akun.

Kemudian untuk tahap engage menunjukkan bahwa konten yang bersifat edukatif dan juga informatif maupun inspiratif bisa mendorong interaksi dengan audiens dan meningkatkan kessadaran masyarakat tentang pentingnya penerimaan dan juga inklusivitas bagi para penyandang disabilitas. Melalui pemanfaatan instagram untuk media komunitas digital komunitas @Sahabat_Gempita ini berhasil memperkenalkan berbagai kegiatan dan juga nilai – nilai sosial yang diusung kepada khalayak secara luas. Sehingga pengelolaan content yang dilakukan sudah berperan dalam membangun pemanahaman masyarakat pada isu disabilitas dan memperkuat pemahaman masyarakat keberadaan komunitas di ruang digital meskipun masih diperlukannya pengembangan dalam strategi pengelolana content yang lebih terarah agar efektivitas komunikasi dan juga keterlibatan para audiens ini bisa meningkat secara berkelanjutan.

14

5.2 Saran

Dari keseluruhan penelitian yang sudah dilakukan maka terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada @Sahabat_Gempita yaitu :

1. Pengelola akun instagram @Sahabat_Gemputa disarankan untuk menyusun

adanya perencanaan konten lebih teratur dengan membuat jadwal unggahan dan pengelompokan dalam tema konten. Hal ini dapat menjaga konsistensi publikasi dan membuat pesan yang disampaikan etarah dengan tujuan memperkenalkan disabilotas kepada masyarakat

2. Pengelola perlu meningkatkan variasi konten dengan memanfaatkan fitur instagram seperti reels, story interaktif fan juga live instagram dengan edukasi berbasis visual agar permanfaatan dengan berbagai format bisa membantu meningkatkan daya tarik konten dan memperluas jangkauan informasi
3. Evaluasi pada peforma konten sebaiknya dilakukan secara berkala dengan melihat data insight instagram yaitu jangkauan dan tingkat interaksi maupun jumlah tayangan dengan respons audiens. Hasil evaluasi bisa digunakan sebagai dasar dalam menentukan jenis konten yang lebih efektif untuk dipublikasikan pada episode selanjutnya.
4. Disarankan untuk mengembangkan adanya kajian tentang pengelolaan media sosial komunitas disabilitas melalui platform digital lainnya atau meneliti adanya pengaruh pengelolaan konten pada keterlibatan audiens dan citra maupun efektivitas penyampaian secara sosial.

Skripsi Tanaya Kirana Putri

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	voxipora.com Internet Source	<1 %
2	123dok.com Internet Source	<1 %
3	Azizy Azizy, Alkausara Putri Gifa, Mayra Azzahra Larasati, Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari. "UPAYA HICOLLEAGUES DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK", Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, dan Public Relation, 2024 Publication	<1 %
4	adoc.pub Internet Source	<1 %
5	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
6	id.123dok.com Internet Source	<1 %
7	Ayang Fitrianti Ayang, Ahmad Taufikurrohman. "Social Media	<1 %

Management of the MIK SEMAR Facebook Group as an Information Media for the People of Semarang City", Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2023

Publication

8	docobook.com Internet Source	<1 %
9	journal.unj.ac.id Internet Source	<1 %
10	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
13	api-repo.unisan.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
15	repository.univ-tridinanti.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
17	Submitted to Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Student Paper	<1 %

18 Khafidhotur Rahmawati, Dadan Anugrah, Betty Tresnawaty. "Pengelolaan Digital Public Relations Diskominfo Kabupaten Bogor (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @kabupaten.bogor)", Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat, 2023
Publication

19 repository.ub.ac.id
Internet Source

20 Khansa Thifal Rahmat, Kokom Komariah. "Proses Pengelolaan Media Sosial Instagram Trans Studio Mall Bandung sebagai Media Penyebaran Informasi", CONVERSE Journal Communication Science, 2025
Publication

21 Submitted to Universitas Islam Indonesia
Student Paper

22 digilib.unila.ac.id
Internet Source

23 eprints.poltektegal.ac.id
Internet Source

24 psychoeducation.my.id
Internet Source

25 signsmedia.wordpress.com
Internet Source

26 jakarta.go.id
Internet Source

<1 %

27

repository.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

28

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

29

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

30

zephyrnet.com

Internet Source

<1 %

31

Heru Wijayanto Aripardono. "Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram", Teknika, 2020

Publication

<1 %

32

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

33

ejournal.unsa.ac.id

Internet Source

<1 %

34

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

35

fr.scribd.com

Internet Source

<1 %

36

id.hrnote.asia

Internet Source

<1 %

37

journal.uinsgd.ac.id

Internet Source

<1 %

38	kasmanruby.blogspot.com Internet Source	<1 %
39	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
41	techno.okezone.com Internet Source	<1 %
42	Fatimah Azzahra Citra Adila, Rici Tri Harpin Pranata. "PENGELOLAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BRANDING BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DKI JAKARTA", Network Media, 2025 Publication	<1 %
43	Ferry Irawan Febriansyah, Halda Septiana Purwinarto. "Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Ujaran Kebencian di Media Sosial", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2020 Publication	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off