

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian dan mengacu pada tahapan dalam teori Circular Model of SoMe yang meliputi share, optimize, manage, dan engage. Berikut pertanyaan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini:

A. Pertanyaan Pembuka

1. Sejak kapan Anda terlibat dalam pengelolaan akun Instagram @sahabat_gempita?
2. Apa peran dan tanggung jawab Anda dalam komunitas Sahabat Gempita, khususnya terkait media sosial?
3. Apa tujuan utama penggunaan Instagram bagi komunitas Sahabat Gempita?

B. Pertanyaan Inti yang berkaitan dengan Teori

- Tahap Share

1. Bagaimana proses penyusunan content plan pada akun Instagram @sahabat_gempita?
2. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan konten?
3. Apakah komunitas memiliki jadwal posting atau kalender konten?
4. Bagaimana cara menentukan tujuan dari setiap konten yang akan dipublikasikan?
5. Bagaimana komunitas menentukan target audiens dari konten yang dibuat?
6. Apa saja tema atau content pillar yang biasanya digunakan dalam konten?

- Tahap Optimimize

1. Bagaimana cara Anda membuat konten agar menarik bagi audiens?
2. Apa pertimbangan dalam memilih format konten (feed, reels, story)?
3. Bagaimana strategi dalam pembuatan caption atau copywriting?
4. Apakah ada penggunaan hashtag atau tren tertentu dalam meningkatkan jangkauan konten?
5. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan isu disabilitas agar tetap menarik dan mudah dipahami?

- Tahap Manage

1. Bagaimana cara Anda mengelola interaksi dengan audiens (komentar, DM)?
2. Apakah ada respon khusus terhadap komentar atau pertanyaan dari followers?

3. Bagaimana menjaga konsistensi dalam mengunggah konten?
 4. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram?
- Tahap Engage
1. Bagaimana Anda melihat tingkat engagement pada akun Instagram @sahabat_gempita?
 2. Konten seperti apa yang biasanya mendapatkan respon paling tinggi?
 3. Apa indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu konten?
 4. Apakah terdapat perubahan engagement setelah menerapkan strategi tertentu?
- C. Evaluasi dan Insight
1. Apakah Anda melakukan evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan?
 2. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan engagement ke depannya?
 3. Menurut Anda, seberapa penting perencanaan konten (content plan) dalam pengelolaan media sosial komunitas?
 4. Apa harapan Anda terhadap perkembangan akun Instagram @sahabat_gempita ke depan?

Lampiran 2 Hasil Wawancara

Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian dan mengacu pada tahapan dalam teori Circular Model of SoMe yang meliputi share, optimize, manage, dan engage. Berikut pertanyaan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini:

Informan 1 : Ibu Yeni (Ketua Yayasan)

D. Pertanyaan Pembuka

1. Sejak kapan Anda terlibat dalam pengelolaan akun Instagram @sahabat_gempita?
 “sejak awal sahabat gempita ini berdiri yaitu tahun 2024 bulan juni untuk di cabang ini”
2. Apa peran dan tanggung jawab Anda dalam komunitas Sahabat Gempita, khususnya terkait media sosial?
 “karena saya sebagai umum tentu saya bertugas banyak untuk mengembangkan dan membuat kegiatan yang mbk sehingga menjadi komunitas yang profesional”
3. Apa tujuan utama penggunaan Instagram bagi komunitas Sahabat Gempita?
 “tentu saja saya memanfaatkan untuk memperkenalkan sahabat gempita ini sendiri mbk.. agar semua orang kenal dengan anak anak berkebutuhan khusus disini”

E. Pertanyaan Inti yang berkaitan dengan Teori

- Tahap Share

1. Bagaimana proses penyusunan content plan pada akun Instagram @sahabat_gempita?
 “kalau conten plan sendiri belum ada yang tersusun secara khusus sih mbk, biasanya kita menyesuaikan dengan kegiatan yang sedang ada di lapangan saja”
2. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan konten?
 “kalau untuk konten lebih ke mas wahyu si mbk secara langsung”
3. Apakah komunitas memiliki jadwal posting atau kalender konten?
 “tidak ada jadwal mbk tapi kita usahakan setiap hari kita upload, jadi sehari satu”
4. Bagaimana cara menentukan tujuan dari setiap konten yang akan dipublikasikan?
 “tujuannya lebih ke memperkenalkan kegiatan anak anak disini sma asupaya masyarakat itu tahu aktivitas mereka apa saja”
5. Bagaimana komunitas menentukan target audiens dari konten yang dibuat?
 “kalau targetnya pasti umum mbk, dan yang lebih utama tentu orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus”
6. Apa saja tema atau content pillar yang biasanya digunakan dalam konten?

“biasanya seputar kegiatan anak – anak terapi, vokasi jadi kita dokumentasikan itu”

- Tahap Optimimize

1. Bagaimana cara Anda membuat konten agar menarik bagi audiens?
“kita ambil momen yang bagus mbk terus kita vidio dengan jelas dan juga menarik”
2. Apa pertimbangan dalam memilih format konten (feed, reels, story)?
“ tergantung kontennya mbk kalau vidio biasanya kita buat reels kalau foto ya feed”
3. Bagaimana strategi dalam pembuatan caption atau copywriting?
“untuk caption biasanya kita jelaskan kegiatan yang sedang dilakukan sih mbk sama kasih edukasi”
4. Apakah ada penggunaan hashtag atau tren tertentu dalam meningkatkan jangkauan konten?
“ kadang kita pakai .. kadang juga ga pakai tapi lebih seringnya mengikuti tren”
5. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan isu disabilitas agar tetap menarik dan mudah dipahami?
“ saya mengusahakan bahasanya yang sederhana supaya semua orang itu faham”

- Tahap Manage

1. Bagaimana cara Anda mengelola interaksi dengan audiens (komentar, DM)?
“ kalau untuk dm kita balas sebisa mungkin mbk tapi tidak selalu cepat”
2. Apakah ada respon khusus terhadap komentar atau pertanyaan dari followers?
“ tidak ada yang khusus mbk, kita jawab sesuai dengan pertanyaannya”
3. Bagaimana menjaga konsistensi dalam mengunggah konten?
“ kita usahakan setiap hari upload mbk walaupun kadang ada kendala ya namanya anak pasti kadang kurang bisa diajak kerjasama”
4. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram?
“ kalau kendala biasanya lebih ke waktu sama tenaga saja sih mbk karena kan kadang sulit untuk bisa mengatur anak anak sesuai dengan keinginan kita”

- Tahap Engage

1. Bagaimana Anda melihat tingkat engagement pada akun Instagram @sahabat_gempita?
“ menurut saya cukup baik sih mbk ya walaupun kadang belum terlalu tinggi tetapi setidaknya masyarakat juga sudah ada yang tahu”
2. Konten seperti apa yang biasanya mendapatkan respon paling tinggi?

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

3. Apa indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu konten?
“ saya melihat dari likwe komentar kalau semisal itu dapat banyak ya berarti bagus kontennya”
4. Apakah terdapat perubahan engagement setelah menerapkan strategi tertentu?
“kalau perubahan belum terlalu signifikan mbk, karena kita juga belum punya strategi yang khusus”

F. Evaluasi dan Insight

1. Apakah Anda melakukan evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan?
“evaluasi belum terlalu rutin mbk, biasanya hanya melihat respon dari postingan saja”
2. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan engagement ke depannya?
“mungkin ke depannya kita akan lebih aktif lagi mbk dan mencoba membuat konten yang lebih menarik”
3. Menurut Anda, seberapa penting perencanaan konten (content plan) dalam pengelolaan media sosial komunitas?
“menurut saya penting mbk, supaya kontennya lebih terarah dan tidak asal upload saja”
4. Apa harapan Anda terhadap perkembangan akun Instagram @sahabat_gempita ke depan?
“ yang pasti dengan adanya sosial media ini kita berharap jumlah peserta komunitas semakin bertambah terutama pada jumlah terapis nya dan juga kegiatan vokasi karena kegiatan vokasi kita itu banyak sekali diminati anak – anak istimewa”

Informan 2 : Bapak Wahyu (Sekertaris dan Admin)

A. Pertanyaan Pembuka

1. Sejak kapan Anda terlibat dalam pengelolaan akun Instagram @sahabat_gempita?
“ dari awal sih ka.. tahun 2024 pokoknya awal banget gempita lahir”
2. Apa peran dan tanggung jawab Anda dalam komunitas Sahabat Gempita, khususnya terkait media sosial?
“ kalau ngomongin soal tanggung jawab besar ya karena dari awal lahir sampai ini besar itu saya berkontribusi .. jadi tujuan saya juga untuk mempublikasikan mereka”
3. Apa tujuan utama penggunaan Instagram bagi komunitas Sahabat Gempita?
“ kalau sosial media itu kita ada instagram, facebook sama tiktok nah kalau untuk instagram lebih menpacot lebih ke arah ke arsipan jadi konsepnya itu lebih ke kegiatan apa saja yang sedang dilakukan”

B. Pertanyaan Inti yang berkaitan dengan Teori

- Tahap Share

1. Bagaimana proses penyusunan content plan pada akun Instagram @sahabat_gempita?
“ kalau untuk conten plan belum ada yang etrsusun secara khusus tetapi kita selalu melihat kegiatan yang ada terus kita dokumentasikan jadi lebih ke spontan sesuai dengan kegiatan yang ada di lapangan”
 2. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan konten?
“ kalau utama yang terlibat saya kemudian ada bu yeni dan ibu nur.
 3. Apakah komunitas memiliki jadwal posting atau kalender konten?
“Kalau jadwal tidak ada tetapi kita selalu upload konten minimal sehari satu kali”
 4. Bagaimana cara menentukan tujuan dari setiap konten yang akan dipublikasikan?
“ tujuannya tentu untuk memperkenalkan kegiatan sahabat gempita jadi kita sesuaikan dengan kegiatan yang ada pada hari ini”
 5. Bagaimana komunitas menentukan target audiens dari konten yang dibuat?
“ kita bebas sih gaada target khusus siapa saja yang mau lihat silahkan karena kan di media sosial ya jadi banyak kalangan yang menggunakan media sosial”
 6. Apa saja tema atau content pillar yang biasanya digunakan dalam konten?
“ tentu saja seputar kegiatan anaak – anak terus karya mereka dan juga aktivitas mereka”
- Tahap Optimize
1. Bagaimana cara Anda membuat konten agar menarik bagi audiens?
“ untuk membuat konten ini menarik saya tambahkan editan vidio ya kayak di tiktok – tiktok begitu diberi narasi stiker atau bahkan sounds suara tambahan”

2. Apa pertimbangan dalam memilih format konten (feed, reels, story)?
 “kalau video biasanya kita pakai reels biar lebih banyak yang lihat, kalau foto ya di feed, story biasanya buat update kegiatan harian saja”
 3. Bagaimana strategi dalam pembuatan caption atau copywriting?
 “ kalau caption itu biasanya lebih ke narasi kayak cerita sih, jadi kita langsung copy paste dari facebook jadi lebih naratif jadi semua disamainn kayak di Facebook, tetapi kita juga kadang sesuai dengan kegiatan yang sedang kita lakukan dalam vidio itu”
 4. Apakah ada penggunaan hashtag atau tren tertentu dalam meningkatkan jangkauan konten?
 “ setiap kita posting kita pasti selalu pakai hastag dan itu hastagnya psti ngikutin tren sekarang tapi menyesuaikan dengan isi vidio”
 5. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan isu disabilitas agar tetap menarik dan mudah dipahami?
 “kita selalu mengusahakan bahwasannya konten yang kita buat ini tidak menyinggung dan tetap postif mulai dari bahasanya juga kita buat lebih sederhana”
- Tahap Manage
1. Bagaimana cara Anda mengelola interaksi dengan audiens (komentar, DM)?
 “ lebih banyak yang membalas si ibu yeni ya.. karena beliau yang lebih faham tentang dunia disabilitas, tapi kalau ga behubungan dengan anak disabilitas ya saya bantu jawab”
 2. Apakah ada respon khusus terhadap komentar atau pertanyaan dari followers?
 “ respon khusu gaada semua kita respon apapun pertanyaannya yang penting reespon kita itu sopan dan jelas”
 3. Bagaimana menjaga konsistensi dalam mengunggah konten?
 “ paling ga minimal itu satu hari upload satu konten apapun itu kontennya”
 4. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram?
 “mungkin lebih ke cari materi dan konsep yang pas kadang suka bingung enaknya bahas konten yang bagaimana, jadi saya sebelum upload harus sudah mikirin materi dan konsep terlebih dahulu sih jadi mungkin kendalanya disini”

- Tahap Engage

1. Bagaimana Anda melihat tingkat engagement pada akun Instagram @sahabat_gempita?
 “selama saya memegang akun instagram sahabat gempita sih sudah lumayan kak ada kenaikan ya meskipun ada beberapa yang masih dibawah insight”
2. Konten seperti apa yang biasanya mendapatkan respon paling tinggi?
 “akhir – akhir ini sih aksi kreasi kayak karya anak anak mulai dari berlatih, tampilan hasil karya mereka sama cara mereka melakukan dan menghasilkan hasil karya mereka”
3. Apa indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu konten?
 “kalau orang nyaman melihat konten kita itu indikator keberhasilan kita sih, jadi bagaimana kita bisa membawakan ini tidak menyindir siapa siapa”
4. Apakah terdapat perubahan engagement setelah menerapkan strategi tertentu?
 “ kalau perubahan saya rasa sudah ada sedikit dengan menerapkan staregi dari penggunaan hastag dan mengedit vidio insight lihat di instagram lebih sedikit meningkat”

C. Evaluasi dan Insight

1. Apakah Anda melakukan evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan?
 “ gaada evaluasi karena memang tujuannya untuk arsip dan memperkenalkan sahabat gempita jadi evaluasinya lebih ke arah ramah ga vidio kita, takutnya ada kalimat yang mengganggu atau tontonan yang ga mengenakkan”
2. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan engagement ke depannya?
 “mungkin ke depannya kita akan coba lebih konsisten upload dan bikin konten yang lebih menarik lagi, terutama yang berkaitan dengan karya anak-anak”
3. Menurut Anda, seberapa penting perencanaan konten (content plan) dalam pengelolaan media sosial komunitas?
 “sangat penting untuk kita merencanakan sesuatu karena dari sana kita bisa tahu apa yang ingin kita lakukan dan dampak yang terjadi bisa diminimalisir untuk hal negatif”
4. Apa harapan Anda terhadap perkembangan akun Instagram @sahabat_gempita ke depan?
 “lebih banyak dikenal oleh siapapun , syukur – syukur mereka semua ini pada suka sama konten kita”

Informan 3 : Ibu Nur Alhidayaj (Bendahara)

A. Pertanyaan Pembuka

1. Sejak kapan Anda terlibat dalam pengelolaan akun Instagram @sahabat_gempita?
 “ kalau saya terlibat itu sejak awal komunitas ini berjalan sekitar tahun 2024 walaupun tidak langsung mengelola tetapi saya ikut membantu”
2. Apa peran dan tanggung jawab Anda dalam komunitas Sahabat Gempita, khususnya terkait media sosial?
 “ kalau saya kebuangan mbk tapi untuk media sosial kadang saya ikut membantu dan memberi masukan mas wahyu”
3. Apa tujuan utama penggunaan Instagram bagi komunitas Sahabat Gempita?
 “ memperkenalkan sahabat gempita ke masyarakat supaya orang itu tahu anak-anak disini dan bisa lebih peduli juga”

B. Pertanyaan Inti yang berkaitan dengan Teori

- Tahap Share

1. Bagaimana proses penyusunan content plan pada akun Instagram @sahabat_gempita?
 “konten plan ini belum memiliki susunan yang teratur tapi konten selalu dibuat dengan kegiatan yang selalu dilakukan”
2. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan konten?
 “ saya , mas wahyu yang megang jadi admin sama ibu yenni ketua yayasan”
3. Apakah komunitas memiliki jadwal posting atau kalender konten?
 “ tidak ada mbk tetapi harus upload sehari minim itu satu konten”
4. Bagaimana cara menentukan tujuan dari setiap konten yang akan dipublikasikan?
 “lebih ke memperlihatkan kegiatan anak-anak mbk, supaya orang tahu aktivitas mereka dan apa saja yang dilakukan di sini”
5. Bagaimana komunitas menentukan target audiens dari konten yang dibuat?
 “ untuk target tentu seluruh audiens yang memang mereka itu pakek aplikasi instagram”
6. Apa saja tema atau content pillar yang biasanya digunakan dalam konten?
 “ kalau tema ini biasanya seputar tentang kegiatan anak-anak dan juga memperkenalkan kegiatan apa saja yang ada disini seperti vokasi, tari, terapi, karya”

- Tahap Optimize

1. Bagaimana cara Anda membuat konten agar menarik bagi audiens?
 “ biasanya di edit dulu sama mas wahyu mbk jadi ga polosan begitu tapi lebih ada

editing”

2. Apa pertimbangan dalam memilih format konten (feed, reels, story)?
“d disesuaikan saja mbk, kalau video biasanya reels, kalau foto di feed, story untuk kegiatan sehari-hari”
3. Bagaimana strategi dalam pembuatan caption atau copywriting?
“ untuk caption ini harus disesuaikan dengan vidio yang akan di upload dan menambahkan beberapa motivasi pokoknya isinya harus sesuai dengan vidio atau foto”
4. Apakah ada penggunaan hashtag atau tren tertentu dalam meningkatkan jangkauan konten?
“ selalu pakai hastag mbk dan hastag itu juga harus sesuai dengan isi konten”
5. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan isu disabilitas agar tetap menarik dan mudah dipahami?
“ bahasanya dibuat sederhana mbk supaya mudah dipahami dan tidak menyinggung”

- Tahap Manage

1. Bagaimana cara Anda mengelola interaksi dengan audiens (komentar, DM)?
“ kan semua disini juga bisa pegang ig sahabat gempita mbk tapi ga semuanya dapat akses untuk itu jadi yang balas biasanya ibu yeni dan mas wahyu selaku admin media sosialnya”
2. Apakah ada respon khusus terhadap komentar atau pertanyaan dari followers?
“ gaada sih mbk setuju saya semuanya direspon sama asal pertanyaan itu bersifat positif”
3. Bagaimana menjaga konsistensi dalam mengunggah konten?
“karena disini gak hanya memanfaatkan instagram saja tapi juga ada media sosial lainnya jadi ada waktu dimana mas wahu ini upload mbk jadi langsung upload 3 media sosial itu”
4. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram?
“ kalau kendala sih kadang saya juga disuruh bantu untuk ide konten karena ya bingung supaya kontennya menarik dan ga begitu begitu saja”

- Tahap Engage

1. Bagaimana Anda melihat tingkat engagement pada akun Instagram @sahabat_gempita?
“ saya lihat sudah cukup baik mbk dan juga sudah banyak viewers untuk setiap konten yang di upload pasti mendapat respon”
2. Konten seperti apa yang biasanya mendapatkan respon paling tinggi?

“ 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”

3. Apa indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu konten?

“ dilihat dari like, komen sama viewers nya”

4. Apakah terdapat perubahan engagement setelah menerapkan strategi tertentu?

“ada sih mbk kayak vierws sekarang juga lebih naik”

C. Evaluasi dan Insight

1. Apakah Anda melakukan evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan?

“ untuk evaluasi itu dilihat dari cara respon vidio konten nya mbk “

2. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan engagement ke depannya?

“ untuk strategi tentu saja akan lebih di konsistekan upload dan selalu membuat vidio lebih menarik dari sebelumnya”

3. Menurut Anda, seberapa penting perencanaan konten (content plan) dalam pengelolaan media sosial komunitas?

“sangat penting sih mbk kalau semisal gaada rencana ya amburadul semuanya malah ga bisa naikin viewers dan penonton malah bosan kemudian hilang”

4. Apa harapan Anda terhadap perkembangan akun Instagram @sahabat_gempita ke depan?

“harapannya semoga akun ini bisa semakin dikenal mbk dan bisa menarik lebih banyak orang untuk peduli dengan anak-anak disini”

Lampiran 3 Surat Izin Observasi Dari Fakultas



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Ilmu Administrasi Negara ♦ Ilmu Administrasi Niaga ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

Surabaya, 29 April 2026

Nomor : 0887/K/FISIP/IV/2026
Lampiran : 1 (satu) berkas Proposal
Perihal : Permohonan Ijin Observasi

Kepada Yth. : Ketua Komunitas Sahabat Gempita Provinsi Jawa Timur
Detasari Indah Ai - 16 Kureksari Waru, Sidoarjo

Dengan hormat.

Sehubungan dengan pemenuhan data sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan observasi dan wawancara.

Berkeinginan dengan hal tersebut diatas, maka bersama ini kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin dan bantuan kepada mahasiswa di bawah ini:

No.	Nama dan NIM	Alamat	No. Tlp
1.	Tanaya Kirana Putri (1152200114)	Jl. Bratang Satu Lapangan No. 31, Surabaya	081311836939

Guna melakukan pengambilan data di:

"Rumah Belajar Dan Terapi"

Dengan Judul Skripsi: **"Strategi Pengelolaan Content Plan dalam Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram Komunitas Disabilitas @SAHABAT_GEMPITA"**.

Demikian permohonan kami, atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Dekan,

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NIP. 20110.86.0062

Lampiran 4 Kartu Bimbingan Sisi Depan dan Belakang



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi • Ilmu Administrasi Negara • Ilmu Administrasi Niaga • Ilmu Komunikasi
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 pem. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tanaya Kirana Putri Viandra
NBI : 1152200114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Dosen Pembimbing II : Wahyu Kuncoro, ST., M.Med.Kom
Judul Skripsi : PENGELOLAAN CONTENT AKUN INSTAGRAM @SAHABAT_GEMPITA
DALAM MEMPERKENALKAN KOMUNITAS DISIBILITAS

A. Proses Bimbingan Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	9/2/26	Perbaiki Bab I		
2.	3/3/2026	Perbaiki bab I		
3.	2/4/2026	Revisi Bab II		
4.	9/4/2026	Perbaiki bab III		
5.	9/4/2026	Perbaiki 3.		
6.	19/4/2026	Perbaiki 3		
7.	29/4/2026	Perbaiki 3 & IV		
8.	9/5/2026	Revisi Bab IV		
9.	13/5/26	Perbaiki bab IV		
10.	13/5/26	Revisi Bab 4.2		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi • Ilmu Administrasi Negara • Ilmu Administrasi Niaga • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
11	19/5/26	lanjutan Bab III		
12	26/5/26	Revisi sedikit judul, Rumusan & tujuan.		
13	30/5/26	Pembangunan literasi		
14	2/6/26	Acc seminar.		
15	1/6/26	Acc seminar		

B. Bimbingan Artikel Ilmiah dan Poster Hasil Luaran Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	18/6/26	Acc Artikel Ilmiah		
2	18/6/26	Acc Artikel Ilmiah.		

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 1 / 6 / 26

Dosen Pembimbing I,

(.....)
 Merry Fridha

Dosen Pembimbing II,

(.....)
 Wahyu Kuncoro.

Lampiran 5 Foto Wawancara



Lampiran 6 Foto Kegiatan @Sahabat_Gempita



Lampiran 7 SK lolos Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:642/K/LOD/VI/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
 NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tanaya Kirana Putri
 NBI : 1152200114

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran Ujian Skripsi"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 3 Juni 2026

Mengetahui
 Kepala Lab. Otonomi

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Lampiran 8 Hasil Turnitin

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%

Lampiran 9 Lembar Revisi Skripsi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tanaya Kirana Putri
NIM : 1152200114
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengelolaan Content Akun Instagram @Sahabat_Gempita Dalam Memperkenalkan komunitas disabilitas

Catatan Perbaikan:

- Daftar isi dengan isi tidak pas sesuai.
- Abstrak bukan 1 paragraf, 1 spasi
- Daftar pustaka tidak perlu pakai gelar.
- Rapihan gaya pustaka
- Sisi 2 jurnal disipem 1 & 2

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Dr. Merry Fadhila, M.Si


Dr. Neng Fadhila, M.Si

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

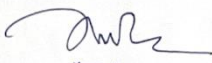
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tanaya Kirana Putri
NIM : 1152200114
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengelolaan Content Akun Instagram @Sahabat_Gempita Dalam Memperkenalkan komunitas disabilitas

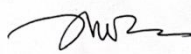
Catatan Perbaikan:

maksimalkan data Sekunder.

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


Edy S.

Revisi dari Dosen Penguji,


Edy S.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tanaya Kirana Putri
NIM : 1152200114
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengelolaan Content Akun Instagram @Sahabat_Gempita Dalam Memperkenalkan komunitas disabilitas

Catatan Perbaikan:

Tahapan pengelolaan content di hal. 27 dipakai. Bandingkan dengan hasil wawancara apa sudah dilakukan atau belum Benarkah ada peningkatan likes & comment?

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Beta P.A.
Beta P.A.

Revisi dari Dosen Penguji,

Beta Pospitaning A
Beta Pospitaning A

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 10 Artikel Ilmiah

<https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>

Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)
02, Hal:

E-ISSN: 3032-1190

Juli 2026, Vol.04, No.

Pengelolaan Content Akun Instagram @sahabat_gempita Dalam Memperkenalkan Komunitas Disabilitas

¹Tanaya Kirana Putri, ²Merry Fridha Tri Palupi ³ Wahyu Kuncoro

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

tkiranapp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan *content* dalam memperkenalkan komunitas disabilitas pada akun Instagram @sahabat_gempita. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada teori *The Circular Model of SoMe* dari Regina Luttrell yang meliputi empat tahapan utama, yaitu *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap *share*, proses penyebaran konten dilakukan secara aktif dan menyesuaikan kegiatan harian komunitas, meskipun belum memiliki kalender konten yang terstruktur. Pada tahap *optimize*, pengelolaan konten dilakukan melalui penggunaan fitur *reels*, penyuntingan video kreatif, serta penulisan *caption* yang naratif dan sensitif terhadap isu disabilitas. Tahap *manage* menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial masih dilakukan secara kolektif oleh pengurus yayasan tanpa tim khusus maupun standar operasional yang baku. Sementara itu, pada tahap *engage*, konten yang menampilkan aktivitas, karya, dan ekspresi anak berkebutuhan khusus memperoleh respons interaksi paling tinggi dari audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan konten Instagram @sahabat_gempita telah berjalan secara fleksibel dan komunikatif, namun masih memerlukan penguatan sistem kerja yang lebih terstruktur serta evaluasi berbasis data *insight* agar keterlibatan audiens dapat meningkat secara optimal.

Kata kunci: *Pengelolaan Content*, Instagram, Komunitas Disabilitas, *The Circular Model of SoMe*.

Abstract

This study aims to analyze content management in introducing the disability community on the Instagram account @sahabat_gempita. The study used a descriptive qualitative method with a case study approach. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. Data analysis refers to the theory of The Circular Model of SoMe by Regina Luttrell, which includes four main stages: share,

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).

Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik untuk memperkenalkan kegiatan, membangun citra komunitas, serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Pengelolaan media sosial yang baik membutuhkan komunikasi yang terencana agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh audiens (Widayati, 2022).. Salah satu yang penting dalam pengelolaan media sosial adalah pengelolaan content . Pengelolaan Content merupakan proses perencanaan konten yang dilakukan secara sistematis dengan menentukan tema, jenis konten, jadwal publikasi, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Perencanaan konten yang baik dapat membantu pengelola media sosial menjaga konsistensi unggahan dan meningkatkan ketertarikan audiens terhadap konten yang dipublikasikan (Lisa & Irma, 2025)..

Keberhasilan pengelolaan media sosial tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi juga dari tingkat engagement yang diperoleh. Engagement menunjukkan keterlibatan audiens terhadap suatu konten melalui likes, komentar, shares, maupun saves. Tingginya engagement menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian serta membangun interaksi dengan audiens. Oleh karena itu, pengelolaan content menjadi faktor penting dalam meningkatkan engagement pada media sosial (Assyifa & Susyanti, 2022)..

Fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye sosial juga dimanfaatkan oleh komunitas yang bergerak di bidang disabilitas. Penyandang disabilitas masih menghadapi berbagai tantangan sosial, seperti keterbatasan akses dan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya inklusivitas. Kondisi tersebut mendorong komunitas sosial untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi dan penyebaran informasi terkait isu disabilitas. Salah satu komunitas yang aktif menggunakan Instagram sebagai media komunikasi adalah akun Instagram @sahabat_gempita. Akun ini digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan komunitas, edukasi disabilitas, serta dokumentasi aktivitas anak-anak berkebutuhan khusus (Deny Satrio Aji, 2023).

Dalam pengelolaan akun Instagram @sahabat_gempita, konten yang dipublikasikan tidak hanya bertujuan memberikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui konten edukatif, inspiratif, dan informatif. Pengelolaan content dilakukan dengan menyesuaikan kegiatan yang berlangsung di komunitas serta memanfaatkan berbagai format konten seperti reels, feed, dan story. Meskipun demikian, pengelolaan konten masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan konsep konten, konsistensi publikasi, serta upaya meningkatkan engagement audiens (Shafira, 2025).

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.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui bagaimana pengelolaan content diterapkan oleh komunitas disabilitas dalam meningkatkan engagement pada media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teori The Circular Model of SoMe dari Regina Luttrell yang terdiri dari tahapan share, optimize, manage, dan engage untuk menganalisis pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh akun Instagram @sahabat_gempita. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan content dalam meningkatkan engagement pada akun Instagram komunitas disabilitas @sahabat_gempita.)

Metode Penelitian

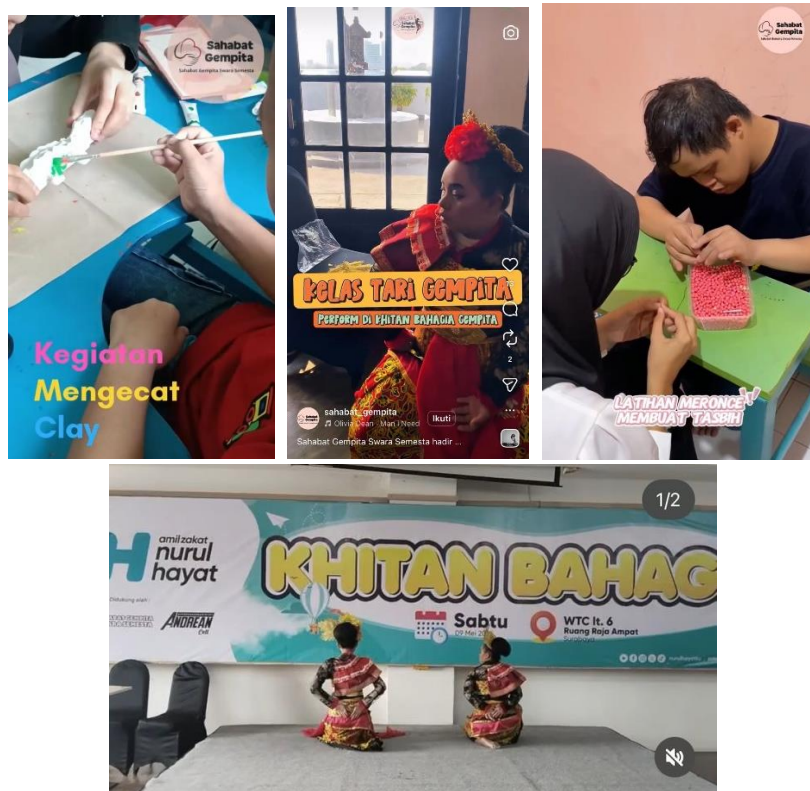
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengetahui pengelolaan content dalam meningkatkan engagement pada akun Instagram @sahabat_gempita. Menurut Nugroho, (2025) penelitian kualitatif dalam kajian komunikasi digital memungkinkan peneliti menggali dinamika interaksi, pertimbangan, serta konstruksi makna yang terbentuk dalam praktik pengelolaan media sosial. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri dari Ibu Yeni selaku ketua yayasan, Bapak Wahyu sebagai admin media sosial, dan Ibu Nur Alhidayah sebagai bendahara komunitas. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori The Circular Model of SoMe dari Regina Luttrell yang terdiri dari share, optimize, manage, dan engage.)

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Gambaran Umum Sahabat gempita

Sahabat gempita terletak di Jl. Detasari Indah Ai - 16 Kureksari waru sidoarjo. Keberadaan sekertariat ini menjadi sarana penting untuk mendukung aktivitas komunitas supaya berjalan lebih terorganisir dan juga terarah. 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.



Gambar 4.2 Kegiatan di Sahabat Gempita
Sumber : Instagram Sahabat gempita

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).

Hasil Penelitian Berdasarkan The Circular Model of SoMe

1. Tahap Share

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @sahabat_gempita belum memiliki pengelolaan content yang tersusun secara khusus. Konten yang diunggah menyesuaikan kegiatan yang sedang berlangsung di komunitas. Ibu Yeni menyampaikan bahwa

“biasanya kita menyesuaikan dengan kegiatan yang sedang ada di lapangan saja” (Ibu Yeni, wawancara peneliti 2026).

Hal serupa juga disampaikan Bapak Wahyu yang menjelaskan bahwa publikasi dilakukan secara spontan berdasarkan dokumentasi kegiatan yang ada. Meskipun belum memiliki jadwal khusus, pengelola tetap berupaya mengunggah konten secara rutin untuk memperkenalkan aktivitas anak-anak disabilitas kepada masyarakat.

2. Tahap Optimize

Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi konten dilakukan dengan memilih dokumentasi terbaik dan mengemasnya menjadi unggahan yang menarik. Ibu Yeni menjelaskan bahwa

“kita ambil konten yang bagus terus kita video dengan jelas dan juga menarik”
(Ibu Yeni, wawancara peneliti 2026).

Selain itu, Bapak Wahyu menambahkan unsur pendukung seperti narasi, stiker, dan musik agar konten lebih menarik, yaitu

“diberi narasi sama stiker atau tambahan suara sounds”
(Bapak Wahyu, wawancara peneliti 2026).

Pengelola juga menggunakan caption sederhana yang disesuaikan dengan isi unggahan sehingga pesan dapat dipahami dengan mudah.

3. Tahap Manage

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun dilakukan dengan menjaga komunikasi dan konsistensi unggahan. Interaksi dengan audiens dilakukan melalui komentar dan pesan langsung. Ibu Yeni menyatakan bahwa

“kalau untuk dm kita balas sebisa mungkin tapi tidak selalu cepat”
(Ibu Yeni, wawancara peneliti 2026).

Pengelola juga berusaha mengunggah konten setiap hari, meskipun masih menghadapi kendala berupa keterbatasan waktu dan pencarian ide konten. Bapak Wahyu mengungkapkan bahwa

“kadang suka bingung enaknya bahas konten yang bagaimana”
(Bapak Wahyu, wawancara peneliti 2026).

4. Tahap Engage

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan audiens pada akun @sahabat_gempita cukup baik dan mengalami peningkatan. Ibu Yeni menyampaikan bahwa

“setidaknya masyarakat juga sudah ada yang tahu”
(Ibu Yeni, wawancara peneliti 2026).

Konten yang paling banyak mendapat perhatian adalah unggahan yang menampilkan aktivitas dan karya anak-anak berkebutuhan khusus. Bapak Wahyu menjelaskan bahwa audiens lebih tertarik pada

“karya anak-anak mulai dari berlatih dan tampilan hasil karya mereka”
(Bapak Wahyu, wawancara peneliti 2026).

Peningkatan jumlah penonton dan interaksi menunjukkan bahwa konten yang dibagikan mampu menarik perhatian masyarakat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan content pada akun Instagram @sahabat_gempita berperan dalam membangun engagement sekaligus menjadi media edukasi mengenai disabilitas kepada masyarakat. Pengelolaan media sosial dilakukan melalui tahapan Share, Optimize, Manage, dan Engage sesuai dengan teori The Circular Model of SoMe Regina Luttrell. Meskipun belum memiliki perencanaan konten yang tersusun dalam bentuk kalender konten, pengelola tetap berupaya menjaga konsistensi publikasi dengan memanfaatkan berbagai kegiatan komunitas sebagai sumber utama konten.

Upaya optimalisasi dilakukan melalui penggunaan visual yang menarik, pemanfaatan fitur Instagram, serta penyusunan caption yang sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, pengelola juga menjaga interaksi dengan audiens melalui balasan komentar dan pesan langsung serta memanfaatkan platform digital lain untuk memperluas jangkauan informasi. tersebut membantu komunitas dalam menyampaikan pesan sosial secara lebih efektif kepada masyarakat.

Keterlibatan audiens terlihat dari respons yang muncul pada unggahan, terutama konten yang menampilkan aktivitas dan karya anak-anak berkebutuhan khusus. Konten semacam ini mampu menarik perhatian sekaligus membangun pemahaman masyarakat mengenai potensi penyandang disabilitas. Temuan penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengelolaan media sosial yang tepat dapat meningkatkan engagement, memperluas penyebaran informasi, serta menjadi sarana edukasi yang efektif. Dengan demikian, Instagram @sahabat_gempita tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai sarana membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sikap inklusif terhadap penyandang disabilitas.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan content pada akun Instagram @sahabat_gempita telah menerapkan tahapan Share, Optimize, Manage, dan Engage dalam membangun engagement audiens. Meskipun belum memiliki perencanaan konten yang tersusun secara formal, pengelola mampu memanfaatkan Instagram sebagai media informasi dan edukasi untuk memperkenalkan aktivitas serta potensi anak-anak penyandang disabilitas. Penggunaan konten yang menarik, konsistensi unggahan, dan interaksi dengan audiens turut mendukung peningkatan keterlibatan masyarakat terhadap akun @sahabat_gempita.

Saran

Pengelola akun @sahabat_gempita disarankan untuk menyusun kalender konten agar publikasi lebih terarah dan konsisten. Selain itu, variasi konten edukasi mengenai disabilitas perlu ditingkatkan sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga mampu memperluas pemahaman masyarakat mengenai pentingnya lingkungan yang inklusif bagi penyandang disabilitas.

Daftar Pustaka

- Assyifa, P. N., & Susyanti, D. W. (2022). *Evaluasi Tahapan Perencanaan Konten Promosi Instagram Event Webinar Business One IDS Indonesia*. 11(1), 4–9.
- Deny Satrio Aji. (2023). Media Dan Pergerakan Sosial: Analisis Gerakan Sosial Dan Dromologi Kaum Subaltern Dalam Meneguhkan Eksistensinya Pada Platform Tik-Tok. *Prosiding Seminar Nasional*, 968–977.
- Faustyna, F. (2024). Strategi Komunikasi Krisis Public Relations Digital di TikTok pada Dinas Pariwisata Medan Selama Pandemi COVID-19: Analisis Kasus Pengelolaan Konten Inovatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(2), 288–307. <https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/8407>
- Hakim, A. N. (2024). *Dampak Teknologi Digital Terhadap Pendidikan Saat Ini*. 3(1), 145–163.
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). *Penggunaan Akun Second Instagram Sebagai Media Ekspresi Diri Remaja Di Era Digital*. 2(1), 1–15.
- Nugroho, S. (2025). *PENGUNAAN MEDIA LITERASI DIGITAL SEBAGAI*. 4(2).
- Shafira, A. (2025). *Pemberdayaan Remaja Disabilitas Sebagai Upaya Mengatasi Diskriminasi Dan Mendorong Inklusi Sosial (Studi Kasus Pada Komunitas Sahabat Difabel Lampung Di Kelurahan Labuhan Dalam Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung)*.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Via Yusnika Suhendy, & Dedy Husrizal Syah. (2025). Development and Evaluation of Instagram Content Based on the 4C Model in Increasing Feraluna Boutique Customer Engagement. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3971–3981. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1173>
- Widayati, N. (2022). *Tantangan Pengelolaan Media Sosial Instagram Untuk Menjaga Engagement dan Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi*. 22(01), 28–44.