PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bkkksjatiminklusi SEBAGAI MEDIA KAMPANYE INKLUSIVITAS

[1]Dewi Citra Wulan Dari, [2]Maulana Arif , [3] Beta Ayodya
[1]Ilmu Komunikasi,[2]Ilmu Komuniakasi,[3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dewicitrawd@gmail.com

Abstrak (Indonesia)
Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi sebagai media kampanye inklusivitas oleh BK3S Jawa Timur. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori Diseminasi Informasi Everett M. Rogers, khususnya pada tahap *knowledge* dan *persuasion*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pengelola media sosial, pengurus BK3S, serta komunitas difabel yang berpartisipasi dalam kegiatan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi, publikasi program sosial, dan kampanye inklusivitas melalui berbagai format konten, seperti foto kegiatan distabilitas, hastag #distabibilitasberdaya. Penyajian konten yang mengutamakan visual menarik, bahasa yang komunikatif, dan unsur *storytelling* mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai isu disabilitas. Konrten tersebut juga membantu membangun empati dan mendorong perubahan persepsi masyarakat terhadap penyandang disabilitas ke arah yang lebih positif. Selain menjadi objek kampanye, penyandang disabilitas turut dilibatkan secara aktif dalam berbagai kegiatan sebagai peserta maupun pelaksana. Keterlibatan ini memperkuat pesan inklusivitas yang disampaikan kepada publik. Secara keseluruhan, penggunaan Instagram dinilai efektif dalam memperluas jangkauan informasi, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, serta mendukung terciptanya lingkungan sosial yang lebih inklusif dan ramah bagi penyandang disabilitas.
Kata kunci: Instagram, Kampanye Sosial, Inklusivitas

Abstract
This study aims to describe the use of Instagram @bkkksjatiminklusi as a medium for promoting inclusivity by BK3S East Java. The research employed a descriptive qualitative method using Everett M. Rogers' Information Dissemination Theory, particularly the knowledge and persuasion stages. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving social media administrators, BK3S officials, and members of disability communities participating in inclusivity campaigns. The findings indicate that Instagram serves as an effective platform for disseminating information, publicizing social programs, and promoting inclusivity through photos, videos, reels, and educational captions. The use of engaging visuals, communicative language, and storytelling techniques helps increase public awareness of disability issues, foster empathy, and encourage more positive perceptions of persons with disabilities. These content strategies make inclusivity messages more accessible and appealing to a broader audience. Furthermore, persons with disabilities are actively involved in campaign activities, not only as participants but also as organizers and contributors. Their involvement strengthens the authenticity and impact of the inclusivity campaign. Overall, Instagram is considered an effective communication medium because it expands information reach, enhances public engagement, and supports the development of a more inclusive social environment for persons with disabilities.
Keyword: *Instagram, Social Campaigns, Inclusivity*

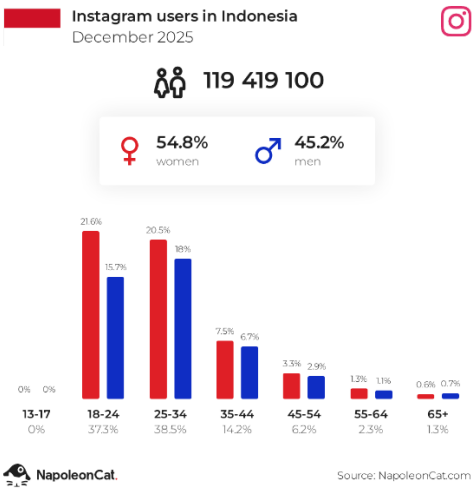
Pendahuluan

Inklusivitas atau inklusi sosial merupakan konsep yang berkaitan dengan upaya menciptakan kesempatan yang sama bagi setiap individu untuk berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat. Inklusi sosial diartikan sebagai proses individu atau kelompok untuk terlibat di berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk dalam bidang ekonomi, pendidikan, maupun budaya (Vanya Karunia Mulia Putri, n.d.). Inklusivitas adalah upaya menjadikan masyarakat lebih terbuka dan memberikan akses yang setara bagi kelompok rentan atau marginal, sehingga mereka dapat mengembangkan potensi serta meningkatkan kualitas hidupnya. Konsep ini menekankan pentingnya kesetaraan, pemberdayaan, dan penghargaan terhadap keberagaman dalam kehidupan sosial (Mahdi, 2020). Masyarakat yang inklusif menekankan penerimaan terhadap perbedaan, baik dalam hal sosial, budaya, agama, maupun kondisi fisik individu. Hal Ini membantu dalam membangun hubungan yang harmonis dalam anggota masyarakat dan dapat mengurangi konflik sosial oleh perbedaan identitas dan kepentingan kelompok (Saumantri, 2023). Selain itu, inklusivitas juga berkaitan erat dengan upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui pemberdayaan dan partisipasi sosial. Konsep ini menekankan pentingnya keterlibatan seluruh masyarakat dalam proses pembangunan, sehingga individu memiliki kesempatan sama mengakses informasi, layanan, dan sumber daya yang tersedia (Sholichah et al., 2025).

Komunitas difabel di Indonesia masih menghadapi hambatan struktural dan sosial yang kompleks. Stigma negatif, keterbatasan akses pendidikan, menghambat kemajuan mereka. Masyarakat masih memandang sebagai kelompok

"kurang mampu" sehingga memengaruhi mereka ikut berpartisipasi di masyarakat (Romadhan & Khoiroh, Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, 2024). Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat kekurangan dalam proses diseminasi informasi dan edukasi mengenai inklusivitas di masyarakat (llyvia Camelia, 2024). Kampanye inklusivitas menjadi penting karena masih terdapat stigma dan diskriminasi terhadap penyandang disabilitas di masyarakat. Menurut penelitian (llyvia Camelia, 2024), komunikasi inklusif diperlukan untuk memperkuat pemahaman masyarakat bahwa penyandang disabilitas memiliki hak yang sama dalam kehidupan sosial. Kurangnya edukasi mengenai disabilitas menyebabkan masyarakat sering kali memandang difabel sebagai kelompok yang lemah dan bergantung pada bantuan sosial.

Penelitian (Zahra, 2023) juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi inklusif yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesetaraan bagi penyandang disabilitas. Melalui kampanye sosial, masyarakat dapat memahami bahwa inklusivitas tidak hanya berkaitan dengan akses fisik, tetapi juga penerimaan sosial, kesempatan kerja, pendidikan, dan partisipasi dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, dibutuhkan suatu pendekatan komunikasi yang strategis dan adaptif agar pesan inklusivitas dapat diterima, dipahami, serta diinternalisasi oleh masyarakat secara lebih luas (Mauliyani, 2025). Penelitian mengenai kampanye lingkungan di media sosial menunjukkan bahwa konten yang disebarkan melalui Instagram mampu memotivasi masyarakat untuk ikut terlibat dalam kegiatan sosial. Konten yang disajikan secara visual dan menarik dapat meningkatkan perhatian publik serta mendorong partisipasi masyarakat terhadap isu yang dikampanyekan (Saumantri, 2023). Selain itu, media sosial ini juga memungkinkan organisasi untuk membangun citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memperluas jangkauan komunikasi organisasi kepada audiens yang lebih luas. Penggunaaan Instagram di Indonesia data terbaru menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram terus mengalami perkembangan sekitar 103 juta pengguna pada awal tahun 2025 (NOUVAN, 2025).



Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia

Perkembangan media sosial dalam era digital telah membawa perubahan besar dalam cara individu maupun organisasi menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan dalam komunikasi digital saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat saat ini dan memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan penggunanya untuk berbagi informasi, foto, maupun video kepada audiens secara luas (Chabibah, 2021). Melalui konten visual yang menarik, Instagram mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat daya tarik pesan (Ahmad et al., 2024). Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang efektif digunakan dalam kampanye sosial karena memiliki karakteristik visual yang kuat.

Menurut penelitian (Indika, 2017), komunikasi visual melalui Instagram mampu menarik perhatian audiens lebih cepat dibandingkan media berbasis teks karena visual memberikan efek emosional yang lebih kuat kepada pengguna media sosial. Penggunaan foto, video, reels, dan infografis dalam Instagram mampu membantu organisasi menyampaikan pesan secara lebih menarik dan mudah dipahami masyarakat. Penelitian (Dwi et al., 2024) juga menjelaskan bahwa kekuatan visual dalam media sosial dapat membantu membangun citra positif organisasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap pesan yang disampaikan. Dalam konteks kampanye sosial, visual yang menampilkan aktivitas nyata penyandang disabilitas dapat membantu masyarakat memahami isu inklusivitas secara lebih nyata dan emosional. Penggunaan Instagram sebagai media kampanye juga dapat dilihat dalam berbagai bidang, seperti kampanye sosial, kampanye lingkungan, hingga kampanye politik. Melalui konten yang bersifat edukatif dan inspiratif, media sosial mampu membangun empati serta mengubah persepsi masyarakat terhadap kelompok marginal (Vika Ramadhina Widyantari, Citra Laila Indah Purnamasari, 2025).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam penggunaan media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi sebagai media kampanye inklusivitas yang dilakukan oleh BKKKS Jawa Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, serta proses komunikasi yang terjadi dalam aktivitas kampanye digital. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari individu atau kelompok terkait suatu fenomena sosial. Dalam bidang komunikasi, pendekatan ini banyak digunakan untuk memahami realitas sosial yang dibangun melalui interaksi di media digital. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengkaji bagaimana pesan inklusivitas disusun, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat melalui berbagai fitur yang tersedia di Instagram, seperti foto, video, reels, caption, komentar, dan bentuk interaksi lainnya. Pendekatan ini juga relevan karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan terbentuknya interaksi sosial dan peningkatan kesadaran publik terhadap isu tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan mendalam mengenai penggunaan Instagram sebagai media kampanye inklusivitas. Penelitian deskriptif tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan berupaya menjelaskan fenomena berdasarkan pengalaman, pandangan, dan interpretasi informan. Dalam penelitian ini, fokus utama diarahkan pada strategi komunikasi yang digunakan, bentuk konten kampanye yang dipublikasikan, serta bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai media penyampaian pesan sosial mengenai inklusivitas kepada masyarakat. Pendekatan deskriptif dipilih agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang utuh mengenai aktivitas komunikasi digital yang dilakukan oleh BKKKS Jawa Timur melalui akun Instagram @bkkksjatiminklusi.

Hasil dan Pembahasan

Gambar 4.1 Logo Badan Koordinasi Kegiatan
Kesejahteraan Sosial Jawa Timur (BK3S)
(Sumber: (https://www.bk3sjatim.org/profil/tentang-kami/)

Objek penelitian merupakan fokus utama yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu penggunaan media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi sebagai media kampanye inklusivitas oleh BKKKS Jawa Timur. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi, edukasi sosial, serta penyampaian pesan kampanye mengenai inklusivitas dan penyandang disabilitas. Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial (BKKKS) Jawa Timur merupakan lembaga sosial non-pemerintah yang bergerak di bidang kesejahteraan sosial dan pemberdayaan masyarakat. BKKKS Jatim telah berdiri sejak puluhan tahun lalu dan memiliki fokus pada pelayanan sosial bagi kelompok rentan, seperti penyandang disabilitas, lansia, anak, perempuan, serta masyarakat yang mengalami keterbatasan sosial dan ekonomi. Dalam menjalankan program sosialnya, BKKKS Jatim memiliki beberapa kelompok kerja (pokja), seperti Pokja Disabilitas, Pokja Lansia, Pokja Anak, Pokja Perempuan, dan Pokja Pemuda. Melalui kelompok kerja tersebut, BKKKS menyelenggarakan berbagai kegiatan sosial, seperti bakti sosial, layanan kesehatan, pelatihan keterampilan, peringatan Hari Disabilitas Internasional (HDI), hingga kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Instagram dipilih sebagai media kampanye karena dinilai mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dibandingkan media konvensional. Selain memiliki karakteristik visual yang menarik, Instagram juga menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyebaran informasi secara cepat dan interaktif. Melalui foto, video, reels, serta caption yang informatif, BKKKS Jawa Timur dapat menyampaikan pesan sosial secara lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Akun ini secara aktif digunakan untuk membagikan dokumentasi kegiatan sosial, program pemberdayaan masyarakat, kampanye inklusivitas, kolaborasi dengan berbagai lembaga, serta aktivitas komunitas difabel yang berada di bawah naungan BKKKS Jawa Timur. Objek penelitian dalam penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram sebagai media kampanye inklusivitas. Fokus pertama adalah konten kampanye inklusivitas yang dipublikasikan melalui akun @bkkksjatiminklusi. Bentuk konten yang dianalisis meliputi dokumentasi kegiatan sosial, foto dan video aktivitas penyandang disabilitas, poster informasi, serta caption edukatif yang berkaitan dengan isu inklusivitas. Berdasarkan hasil wawancara

dengan Syafri Dwi Ramadhani Santoso selaku pengelola media sosial, tema konten umumnya berasal dari kegiatan yang diselenggarakan oleh BKKKS Jawa Timur, seperti kegiatan pemberdayaan difabel, pelayanan sosial bagi lansia, bakti sosial, seminar, maupun kegiatan kolaboratif dengan berbagai pihak.

Tabel 1. Data Narasumber

No	Nama	Kriteria Informan	Karakteristik Informan
1	Syafri Dwi Ramadhani Santoso	Pengelola media sosial Instagram	Bertanggung jawab dalam pengelolaan akun @bkkksjatiminklusi serta mengetahui proses perencanaan, pembuatan, dan publikasi konten
2	DR. Pinky Saptandari, W.	Ketua Umum BK3S	Memiliki peran dalam kebijakan dan arah kampanye inklusivitas serta mengetahui penggunaan media sosial.
3	Syafri Dwi Ramadhani Santoso	Pembuat narasi caption	Bertugas menyusun caption konten dan memahami penyampaian pesan kampanye inklusivitas
4	DR. Bajoe Seotijono, MM.	Ketua Pokja distabilitas	Mewakili kelompok difabel serta mengetahui keterlibatan difabel dalam kampanye inklusivitas
5	Isnawati	Difabel	Keterlibatan dalam secara langsung dalam pelaksanaan kegiatan atau kampanye inklusivitas BK3S.

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang menjadi sumber informasi utama dalam penelitian ini. Pemilihan informan dilakukan secara purposif berdasarkan keterlibatan mereka dalam pengelolaan media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi dan pelaksanaan kampanye inklusivitas BKKKS Jawa Timur. Informan penelitian terdiri atas pengelola media sosial, ketua umum organisasi, pembuat narasi caption, ketua kelompok kerja disabilitas, dan anggota komunitas difabel. Informan pertama adalah Syafri Dwi Ramadhani Santoso selaku pengelola media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi. Syafri memiliki tanggung jawab dalam mengelola akun, mengunggah konten, serta menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan organisasi kepada masyarakat. Dalam wawancara, ia menjelaskan bahwa tujuan utama penggunaan Instagram adalah untuk memperluas penyebaran informasi, meningkatkan eksistensi BKKKS Jawa Timur, serta mempublikasikan berbagai kegiatan sosial yang dilakukan organisasi. Menurutnya, proses pengelolaan media sosial masih dilakukan secara fleksibel tanpa jadwal unggahan yang tetap. Konten biasanya dibuat berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, kemudian dokumentasi berupa foto dan video dipilih untuk dipublikasikan kepada audiens.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang terlibat dalam pengelolaan media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi, yaitu pengelola media sosial, Ketua Umum BKKKS Jawa Timur, Ketua Pokja Disabilitas, serta anggota komunitas difabel yang terlibat dalam berbagai kegiatan kampanye inklusivitas. Selain wawancara, data penelitian juga diperoleh melalui observasi terhadap akun Instagram @bkkksjatiminklusi dan dokumentasi berbagai unggahan yang berkaitan dengan kegiatan sosial dan kampanye inklusivitas. Penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram sebagai media kampanye inklusivitas yang dilakukan BKKKS Jawa Timur dalam menyampaikan pesan mengenai kesetaraan, pemberdayaan, dan penerimaan terhadap penyandang disabilitas. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan Instagram oleh BKKKS Jawa Timur dilatarbelakangi oleh kebutuhan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi digital. Sebelumnya BKKKS menggunakan media cetak sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun, seiring perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, organisasi mulai memanfaatkan media digital berupa website dan Instagram sebagai media komunikasi utama. Instagram dipilih karena dianggap lebih efektif dalam menjangkau masyarakat luas, lebih cepat dalam menyebarkan informasi, serta memiliki karakteristik visual yang mampu menarik perhatian audiens.

Menurut Syafri Dwi Ramadhani Santoso selaku pengelola media sosial Instagram @bkkksjatiminklusi, tujuan utama penggunaan Instagram adalah untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan organisasi, meningkatkan eksistensi BKKKS di tengah masyarakat, serta mempublikasikan berbagai kegiatan sosial yang dilaksanakan. Melalui akun tersebut, masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai program-program sosial BK3S, kegiatan pemberdayaan difabel, seminar, pelatihan, bakti sosial, hingga kegiatan kolaboratif dengan berbagai lembaga dan komunitas. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang diunggah berasal dari dokumentasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Dokumentasi tersebut kemudian dikemas dalam bentuk foto, video, reels, dan caption informatif yang dipublikasikan melalui akun Instagram organisasi. Konten yang diunggah tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga digunakan sebagai sarana edukasi dan kampanye sosial mengenai pentingnya inklusivitas dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis konten Instagram @bkkksjatiminklusi, ditemukan tiga bentuk pesan utama yang digunakan dalam kampanye inklusivitas, yaitu pesan informatif, edukatif, dan persuasif. Pesan informatif digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan organisasi, program sosial, serta agenda yang berkaitan dengan pemberdayaan penyandang disabilitas. Melalui pesan informatif, masyarakat memperoleh

pengetahuan mengenai aktivitas BKKKS Jawa Timur dan berbagai program yang mendukung terwujudnya lingkungan sosial yang inklusif. Sementara itu, pesan edukatif digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep inklusivitas, kesetaraan hak, dan pentingnya penerimaan terhadap penyandang disabilitas. Pesan edukatif disampaikan melalui caption, poster digital, maupun dokumentasi kegiatan yang menampilkan keterlibatan aktif difabel dalam berbagai aktivitas sosial. Melalui pesan tersebut, BKKKS berupaya mengurangi stigma negatif serta meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hak-hak penyandang disabilitas sebagai bagian yang setara dalam kehidupan bermasyarakat.

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi akun Instagram @bkkksjatiminklusi, dan dokumentasi unggahan yang berkaitan dengan kampanye inklusivitas BKKKS Jawa Timur. Penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media kampanye inklusivitas untuk menyampaikan pesan mengenai kesetaraan, pemberdayaan, dan penerimaan terhadap penyandang disabilitas. Pemanfaatan Instagram dilakukan sebagai bentuk adaptasi organisasi terhadap perkembangan komunikasi digital karena dinilai lebih efektif, cepat, dan mampu menjangkau masyarakat lebih luas dibandingkan media cetak. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola media sosial, tujuan utama penggunaan Instagram adalah menyebarkan informasi kegiatan organisasi, memperkenalkan BKKKS kepada masyarakat, serta mempublikasikan berbagai program sosial. Konten yang diunggah umumnya berasal dari dokumentasi kegiatan seperti pelatihan, seminar, bakti sosial, dan kegiatan pemberdayaan difabel. Konten tersebut dikemas dalam bentuk foto, video, reels, dan caption yang informatif. Penelitian juga menemukan bahwa penyusunan konten dilakukan secara fleksibel dan belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus. Dalam penyampaian pesan, BKKKS menggunakan pendekatan informatif, edukatif, dan persuasif dengan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan tidak diskriminatif. Selain itu, penggunaan visual dan storytelling dimanfaatkan untuk menarik perhatian audiens serta membangun empati masyarakat terhadap penyandang disabilitas.

Penutup

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram @bkkksjatiminklusi memanfaatkan berbagai format unggahan, seperti foto, reels, untuk menyampaikan kampanye inklusivitas. Unggahan tersebut didominasi oleh dokumentasi kegiatan pemberdayaan penyandang disabilitas yang menampilkan partisipasi aktif peserta dalam berbagai pelatihan dan kegiatan sosial. Penyajian visual tersebut memperlihatkan bahwa penyandang disabilitas diposisikan sebagai individu yang memiliki kemampuan dan kesempatan untuk berkarya serta berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat. Selain melalui visual, penyampaian pesan kampanye diperkuat melalui caption yang menggunakan bahasa informatif dan edukatif. Caption tidak hanya menjelaskan jalannya kegiatan, tetapi juga memuat tujuan pelaksanaan kegiatan, manfaat yang diperoleh penyandang disabilitas, serta ajakan kepada masyarakat untuk mendukung terwujudnya lingkungan yang inklusif. Dengan demikian, caption berfungsi sebagai media penyampaian pesan kampanye yang memperjelas makna visual pada setiap unggahan. Penggunaan hashtag pada setiap unggahan, seperti #HariDisabilitasInternasional, #difabelberdaya, #bkkksjatim, juga menjadi bagian dari strategi komunikasi daigital untuk memperkuat identitas kampanye dan meningkatkan jangkauan penyebaran informasi kepada pengguna Instagram. Berdasarkan analisis menggunakan teori Diseminasi Informasi Everett M. Rogers, penggunaan Instagram menunjukkan tahapan knowledge melalui penyebaran informasi mengenai berbagai program dan kegiatan inklusivitas, seperti Hari Anak Nasional, Hari Disabilitas Internasional, Bazaar UMKM Inklusi, pelatihan melukis media tas berbahan kain, pelatihan *make up*, dan *Train the Trainer*. Melalui unggahan postingan tersebut memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai kemampuan, potensi, dan hak penyandang disabilitas untuk berpartisipasi secara setara dalam kehidupan sosial. Pada tahap persuasion, pesan kampanye dibangun melalui penyajian visual kegiatan serta caption yang bersifat edukatif dan persuasif. Caption tidak hanya menjelaskan kegiatan yang dilaksanakan, tetapi juga mengajak masyarakat untuk memandang penyandang disabilitas sebagai individu yang memiliki kemampuan, kesempatan, dan peran dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan demikian, penyandang disabilitas tidak hanya ditampilkan sebagai penerima manfaat, tetapi sebagai subjek yang merepresentasikan nilai-nilai inklusivitas melalui pengalaman, karya, dan partisipasi mereka dalam setiap kegiatan yang dipublikasikan.

Daftar Pustaka

Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, *4*(2), 17. https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1992

Chabibah, I. (2021). *Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol.10. No.1 Januari (2021)*. *10*(1).

Dwi, A., Zulfiqar, A. S., & Zubaidah, S. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat : Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang*. *April*, 278–292.

Indika, D. R. (2017). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN*. *01*, 25–32.

llyvia Camelia, S. E. (2024). Komunikasi Inklusif : Strategi Memperkuat Sinergi Antara. *Kabilah: Journal of Social Community*, *9*(14), 402–410. https://ejournal.iainata.ac.id/index.php/kabilah/article/view/474/413

Mahdi, R. (2020). Perpustakaan Umum Berbasis Inklusi Sosial: Apa dan Bagaimana Penerapannya? (Sebuah Kajian Literatur). *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *15*(2), 201. https://doi.org/10.14421/fhrs.2020.152.201-215

Mauliyani. (2025). *Komunikasi Sosial sebagai Sarana Edukasi untuk Pembangunan yang Inklusif*. P2dpm. https://p2dpm.uma.ac.id/2025/04/09/komunikasi-sosial-sebagai-sarana-edukasi-untuk-pembangunan-yang-inklusif/?utm_source

NOUVAN. (2025). *Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia (Januari 2023-Januari 2025)*. https://dataloka.id/humaniora/3491/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-januari-2023-januari-2025/?utm_source

Romadhan, M. I., & Khoiroh, Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S. M. (2024). *Pemberdayaan Kelompok Tuna Daksa " Baraka " melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel Empowerment of the " Baraka " Group with Physical Disabilities through Innovation in Abstract*. *9*(11), 2131–2144.

Saumantri, T. (2023). Pluralisme Dan Inklusivitas Dalam Masyarakat Multikultural Perspektif Pemikiran Tariq Ramadan. *Zawiyah: Jurnal Pemikiran Islam*, *9*(1), 135. https://doi.org/10.31332/zjpi.v9i1.5899

Sholichah, H., Al Fajar, A. H., Syamraeni, S., & Mudfainna, M. (2025). Systematic Literature Review : Pemberdayaan Masyarakat Inklusif Untuk Mewujudkan Keadilan Sosial. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, *11*(1), 27–40. https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.664

Vanya Karunia Mulia Putri. (n.d.). *Inklusi Sosial: Pengertian dan Contohnya*. 2023. kompas.com/skola/read/2023/03/17/070000669/inklusi-sosial--pengertian-dan-contohnya?

Vika Ramadhina Widyantari, Citra Laila Indah Purnamasari, K. M. A. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram dalam Mendukung Kampanye Kesadaran Anak Inklusi di Yayasan Aurica. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, *03*(1), 57–61. https://doi.org/10.1038/s41598-022-26846-z%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-021-22308-8%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00253-025-13460-y%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14088%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.sjbs.2017.10.019%0Ahttps://doi.org/10.1016/j

Zahra, L. (2023). Membangun Masyarakat Inklusi (Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Disabilitas Intelektual). *Representamen*, *9*(01), 9–17. https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.7487