

202210040311037  
Lisa 'yiha Rodliyah  
Prodi Ilmu Komunikasi

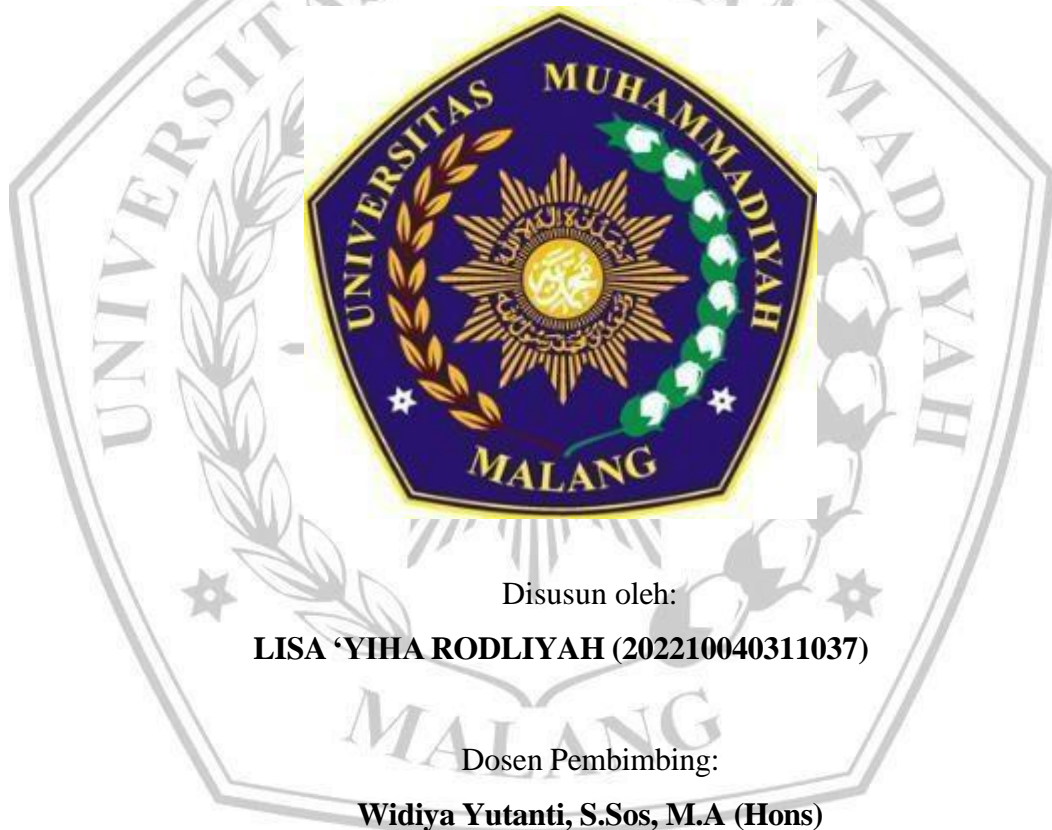
**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *PUBLIC RELATIONS***

**LAZISMU**

**(Studi Kasus Pada Lazismu Kabupaten Jombang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Syarat Untuk Mendapat Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**LISA 'YIHA RODLIYAH (202210040311037)**

Dosen Pembimbing:

**Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**TAHUN AJARAN 2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIC RELATIONS  
LAZISMU**  
(Studi Kasus Pada LAZISMU Kabupaten Jombang)

Diajukan Oleh :

Lisa 'yiha Rodliyah  
202210040311037

Telah disetujui  
Rabu / 3 Juni 2026

Pembimbing I



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Wakil Dekan I



Dr. L. Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

## LEMBAR KETERANGAN LULUS

### SKRIPSI


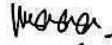

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Lisa 'yiha Rodliyah**  
**202210040311037**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 3 Juni 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :






1. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si (  )
2. Dr. Zen Amirudin, M.Med.Kom (  )
3. Widiya Yutanti, M.A. (Hons) (  )

Wakil Ketua Dewan Penguji  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Dr. Joko Susilo, M.Si.**

## SURAT KETERANGAN SIAP UJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<b>SURAT KETERANGAN</b> Nomor : E.6.c/FISIP-UMM/V/2026	
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:	
	Nama	: Lisa 'yiha Rodliyah
	No. Induk Mahasiswa	: 202210040311037
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Judul Skripsi	: Optimalisasi Instagram Sebagai Media Public Relations LAZIZMU (Studi Pada LAZIZMU Kabupaten Jombang)	
Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan <b>Siap Diuji</b> . Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih		
Malang, 12 Mei 2026 Dosen Pembimbing  Widiya Yutanti, M.A (Hons)		
	<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 582 060
		<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id

## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/V/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Lisa 'yiha Rodliyah  
NIM : 202210040311037  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (Delapan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 Mei 2026  
Ketua Program Studi

Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Benduljaya Sukare No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 404 318 (Hunting)  
F. +62 341 403 435  
E. webmaster@umm.ac.id



## SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lisa 'yiha Rodliyah  
NIM : 202210040311037  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Optimalisasi Instagram Sebagai Media Public Relations LAZIZMU (Studi Pada LAZIZMU Kabupaten Jombang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik Gustaka ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Gustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber Gustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Malang, 12 Mei 2026

Yang Menyatakan,

Lisa 'yiha Rodliyah



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435




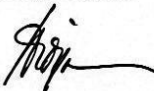

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 562 060


#### Kampus III

Jl. Raya Togemas No 246 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<p>PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29 TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG</p> <p style="text-align: center;"><b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</b></p> <p>SKRIPSI DISERTASI DENGAN JUDUL: OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIC RELATIONS LAZIZMU (Studi Kasus Pada LAZIZMU Kabupaten Jombang)</p> <p>Oleh:</p> <p>Nama : Lisa 'yiha Rodliyah NIM : 202210040311037</p> <p style="text-align: center;">Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi</p> <p style="text-align: center;">Menyetujui,</p> <p style="text-align: center;">Malang, 12 Mei 2026</p> <p style="text-align: center;">Pembimbing I/Promotor</p> <p style="text-align: center;"> Widiya Yutanti, S.Sos, M.A(Hons) NIP. 10303090396</p>			
	<p>(*) Coret yang tidak perlu</p> <hr/> <table><tr><td><b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td><b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 060</td><td><b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id		

### TANDA TERIMA PLAGIASI


 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

---

Nama : Lisa 'yiha Rodliyah  
NIM : 202210040311037


Hasil Plagiasi : 5/5 7/5

BAB I	14				BAB IV	19			
BAB II	5				BAB V	1			
BAB III	24	29	17		BAB VI	7			


Malang, 12 Mei 2026  
Admin Plagiasi Prodi,  
 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

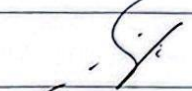
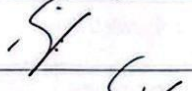

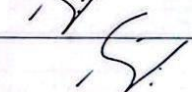
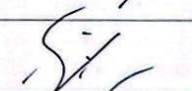
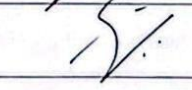
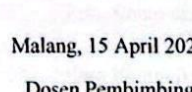


UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



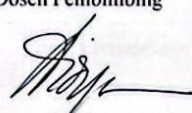
### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


1. Nama : Lisa 'yiha Rodliyah
2. NIM : 202210040311037
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Optimalisasi Instagram Sebagai Media Public Relation  
LAZIZMU (Studi Pada LAZIZMU Kabupaten Jombang)
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
22 Maret 2025	Pengajuan Judul Skripsi	
17 April 2025	Pengajuan BAB I - III	
13 Mei 2025	ACC BAB I - III	
15 Mei 2025	Seminar Proposal	
8 Desember 2025	Pengajuan BAB IV-VI	
28 Desember 2025	ACC BAB IV-VI	
12 Maret 2026	Seminar Hasil	

Malang, 15 April 2026

Dosen Pembimbing

  
Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 378 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada hari : Kamis, 12 Maret 2026

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Lisa 'yiha Rodliyah
2. NIM : 202210040311037
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
8. Judul Skripsi : Optimalisasi Instagram Sebagai Media Public Relations  
LAZIZMU (Studi Pada LAZIZMU Kabupaten Jombang)
5. Dosen Pembimbing : Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)
6. Dosen Penguji : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan:

<https://us06web.zoom.us/j/82596719396?pwd=Kovj0yy5WZybrI2Fzlx5CoCSPaNJ9s.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 29 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 15 April 2026

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)

Dosen Penguji

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil






NO	NAMA	NIM	KETERANGAN
1.	Muh. Sam'un Birqozi Wirakusuma	202210040311045	Ilmu Komunikasi
2.	Dita Fauziah Norasari	202210040311043	Ilmu Komunikasi
3.	Jingga Naraya	202210040311199	Ilmu Komunikasi
4.	Sabitah Nadia	202210040311028	Ilmu Komunikasi
5.	Isna Tazkiyatul Maulidiyah	202210070311038	Teknologi Pangan
6.	Maulidya Nurul Fadhilah	202210040311036	Ilmu Komunikasi
7.	Himmatul Marwah	202410040311367	Ilmu Komunikasi
8.	Nur Insana Kadir	202210100311042	P. Bahasa Inggris
9.	Sridina Indah	202410360110152	Ilmu Pemerintahan
10.	Khaila Enjelina Mae	202210040311014	Ilmu Komunikasi
11.	Irbah Khoirunnisa'	220301110126	P. Bahasa Arab
12.	Vanny Nurhaliza	202210040311080	Ilmu Komunikasi
13.	Aulia Darren Ahsanie	202210040311042	Ilmu Komunikasi
14.	Rizma Verika Afiyanti	202210040311034	Ilmu Komunikasi
15.	Asri Anandya Putri	202210040311031	Ilmu Komunikasi
16.	Vickey Wahyuneng Tiyas	202210040311102	Ilmu Komunikasi
17.	Harkita Prabaningrum	202210040311268	Ilmu Komunikasi




**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	NO	NAMA	NIM	KETERANGAN
	18.	Nazla Ro'i Dzanabila	202210040311079	Ilmu Komunikasi
	19.	Ainur Rizqia	202210040311022	Ilmu Komunikasi
	20.	Aflahchintya Azka Ardhana	202210040311286	Ilmu Komunikasi
	21.	Irsyad Pasya	202210040311075	Ilmu Komunikasi
	22.	Danu Tirta Jaya	202210040311072	Ilmu Komunikasi
	23.	Firnanda Yoga Pratama	202210040311053	Ilmu Komunikasi
	24.	Ida Fauziah	202210040311046	Ilmu Komunikasi
	25.	Novi Puspita Ramadani	202210040311367	Ilmu Komunikasi
	26.	Nyayu Tasya Ekalista	202210040311007	Ilmu Komunikasi
	27.	Zanuba Arifa Salsabila	202210040311177	Ilmu Komunikasi
	28.	Armefia Maharani	202210040311033	Ilmu Komunikasi
	29.	Yessica Najwa Sabina	202210040311291	Ilmu Komunikasi



<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 562 050	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Topomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 319 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	--	---

## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Lisa 'yiha Rodliyah, 202210040311037. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Public Relations LAZISMU (Studi Kasus Pada LAZISMU Kabupaten Jombang). Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.**

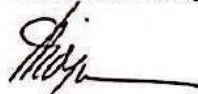
Perkembangan teknologi digital mendorong organisasi memanfaatkan media sosial sebagai media Public Relations untuk menyebarluaskan informasi dan menjangkau publik secara efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media Public Relations oleh LAZISMU Kabupaten Jombang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman serta diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi program, kegiatan sosial, dan edukasi zakat kepada masyarakat. Namun, pengelolaan akun belum optimal karena aktivitas unggahan tidak berkelanjutan sejak tahun 2023 dan interaksi dengan audiens masih terbatas. Berdasarkan model komunikasi Grunig dan Hunt, pola komunikasi yang dominan adalah model Public Information, yaitu penggunaan Instagram yang lebih berfokus pada penyampaian informasi daripada membangun komunikasi dialogis dengan publik.

**Kata Kunci:** Public Relations, Instagram, Media Sosial, Komunikasi Digital, LAZISMU.

Malang, 15 April 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, S.Sos, M.A (Hons)

Peneliti



Lisa 'yiha Rodliyah

## KATA PENGANTAR

### **Assalamualaikum Wr.Wb**

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Public Relation LAZISMU (Studi Kasus Pada LAZISMU Kabupaten Jombang)”*.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi yang penulis tempuh. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pertama-tama tentunya peneliti mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena telah diberikan kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, Se., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos. M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Ibu Widiya Yutanti, M.A. (Hons) selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan,saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi hingga selesai
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Pihak LAZISMU Kabupaten Jombang yang telah memberikan izin serta membantu dalam proses penelitian.
7. Orang tua penulis, terimakasih kepada bapak Samsul Waton, yaitu ayah kandung penulis dan juga ibu Indah Mastutik selaku ibu kandung penulis yang tak pernah berhenti dan tak mengenal kata

lelah untuk mengusahakan semuanya demi pendidikan anak-anaknya serta tak pernah lepas dari doa, dukungan, serta motivasi.

8. Saudara Fahmi Sam Zariulhaq, kakak laki-laki satu-satunya bagi penulis, terimakasih karena selalu membimbing dan memberikan arahan saat penulis hilang arah. Dan yang pasti selalu memberikan supportnya.
9. Kepada teman yang terasa seperti saudara kandung bagi penulis, Nur Insana Kadir, yang telah menemani perjalanan penulis dari awal menjadi mahasiswa baru, sampai pada titik ini. Terimakasih karena selalu ada di saat penulis butuhkan, selalu memberikan support dan juga efort.
10. Kepada saudari Luqiana Khuld Lu'ay Nuraini, teman penulis sejak duduk di bangku KMI. Terimakasih karena telah menjadi saudara, serta selalu mendukung dan membantu penulis dalam kondisi apapun
11. Kepada Dikichi Family, yang terdiri dari 5 potong ayam, yaitu Nur Insana Kadir, Irbah Khoirun Nisa', Sridina Indah, dan tak lupa Himmatul Marwah. Terimakasih karena selalu menghibur disaat penulis merasa terpuruk dan juga merasa tertinggal.

Malang, 12 Mei 2026

Penulis,

Lisa 'yiha Rodliyah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI.....	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	v
SURAT PERNYATAAN .....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI .....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.1 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Public Relations di Era Digital .....	6
2.2 Public Relations Lembaga Sosial .....	7
2.3 Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Relations .....	9
2.4 Instagram Sebagai Media <i>Public Relations</i> .....	13
2.5 Landasan Teori.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	18
2.7 Kerangka Berpikir .....	24
2.8 Deskripsi Kerangka Berpikir .....	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2 Pendekatan Penelitian.....	26

3.3 Jenis dan Dasar Penelitian .....	26
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.5 Subjek Penelitian.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7 Teknik analisis Data .....	28
3.8 Keabsahan Data.....	29
BAB IV .....	31
GAMBARAN UMUM LAZISMU JOMBANG DAN AKUN INSTAGRAM @lazismujombang .....	31
4.1 Gambaran Umum LAZISMU Kabupaten Jombang .....	31
4.2 Visi, misi, dan Nilai Lembaga .....	32
4.3 Struktur Organisasi.....	32
4.1 Profil Akun Instagram Resmi .....	34
BAB V.....	36
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....	36
5.1 Hasil Penelitian.....	36
5.1.1 Struktur Pengelola Media Sosial LAZISMU Kabupaten Jombang.....	36
5.1.2 Dinamika Aktivitas Intagram LAZISMU Kabupaten Jombang.....	37
5.1.3 Pola Konten dan Kebijakan Komunikasi.....	39
5.1.4 Rencana Pengembangan dan Reaktivasi Media Sosial .....	43
5.1.5 Profil dan Kinerja Akun Intagram @lazismujombang.....	44
5.2 Pembahasan.....	47
5.2.1 Pengelolaan Konten Instagram sebagai Media Public Relations .....	47
5.2.2 Manajemen Interaksi dan Komunikasi Dua Arah.....	50
5.2.3 Perkembangan Interaksi pada Setiap Postingan.....	52
5.2.4 Identitas Visual dan Citra Organisasi.....	54
5.2.5 Kendala dalam Pemanfaatan Instagram.....	57
5.2.6 Intagram Sebagai Media <i>Public Relations</i> .....	59
5.2.7 Analisis Pemanfaatan Instagram Berdasarkan Model Komunikasi Grunig dan Hunt .....	61
BAB VI .....	65
PENUTUP.....	65
6.1 Kesimpulan.....	65
6.2 Saran.....	66
6.2.1 Saran Akademis.....	66
6.2.2 Saran Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu .....18



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Berpikir .....	24
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram.....	34
Gambar 5. 1 Aspek Instagram (Engagement, Pola Waktu Unggahan, Hashtag dan Caption) .....	45
Gambar 5. 2 Konten @lazismujombang.....	48
Gambar 5. 3 Caption konten @lazismujombang .....	49
Gambar 5. 4 Hastag konten Instagram @lazismujomang.....	55



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiatama, B., AS, E., & Cholidah, L. I. (2020). Pengelolaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Kegiatan Online *Public Relations*. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(3), 279–300.  
<https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>
- Ahmad, H., Zen, M., & Shabri, N. A. (2025). *Strategy Promotion Through Instagram National Aid Foundation (BAZIS) DKI Jakarta in Increasing Zakat Fundraising*. 5(1), 55–69.  
<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/munazzama/>
- Al Hadeed, A. Y., Maysari, I., Aldroubi, M. M., Attar, R. W., Al Olaimat, F., & Habes, M. (2023). Role of *Public Relations* practices in content management: the mediating role of new media platforms. *Frontiers in Sociology*, 8.  
<https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1273371>
- Amalia, M., Castity, N. A., Aziza, N., & Ariadi, S. D. (2024). The Impact of Instagram Content Formats on User Engagement: An Analytical Study of Ten Cosmetic Brands in Indonesia. *AL-Munzir Journal*, 17(2), 155–178.
- Andipate, A. Arifin. (2020). *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, Dan Riset* (Vol. 1). PT. RajaGrafindo Persada.
- Antaufhan, V. J., & Isnaini, S. (2023). Strategi Digital Marketing *Public Relations* Miracle Aesthetic Clinic Surabaya Melalui Instagram @miracle\_surabaya.  
*Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(2), 136–151. <https://e-journal.unair.ac.id/Medkom>
- Apriliani, R. (2022). GAINING PUBLIC TRUST THROUGH DIGITAL MEDIA BY *PUBLIC RELATIONS* OF THE GOVERNMENT OF SLEMAN YOGYAKARTA. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 34–47.  
<https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2212>
- Arief, M., Priyadi, C., & Ridwan, W. (2022). Penguatan Peran dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital. *Jurnal Cyber PR*, 2(1), 74.
- Cross, M. (2013). *Pengertian Media Sosial Secara Istilah*. Refika Aditama. Dewi Nur'aini, R. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. Dalam 92 *INERSIA* (Vol. 1).

- Golab-Andrzejak, E. (2023). Measuring the effectiveness of digital communication - social media performance: an example of the role played by AI-assisted tools at a university. *Procedia Computer Science*, 225, 3332– 3341. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.327>
- Habibillah, I. H., Utomo, I. W., & Emeilia, R. I. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media I nformasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya*. 4(2), 43–50. <https://weareocial.com>,
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2021). Fostering Dialogic Engagement: Toward an Architecture of Social Media for Social Change. *Social Media and Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120984462>
- Liang, S., Wolfe, J., & Advisor, #. (2022). Getting a Feel of Instagram Reels: The Effects of Posting Format on Online Engagement. *Journal of Student Research*, 11(4), 1–12. [www.JSR.org](http://www.JSR.org)
- Merta, Firayanti, Y., & Rosadi. (2024). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH, WAKAF (ZISWAF) BAITULMAAL MUNZALAN INDONESIA CABANG KUBU RAYA. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(8), 800–820. <https://doi.org/10.62335>
- Miranti, D. Y., Rewindinar, & Andrian, P. (2024). Social Media Preferences and Usage Behaviour among Indonesians Insights and Implications for Business Strategies. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(11), 25–36. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2024/v21i11898>
- Mutiah, T., Rahmi Shinta, M., & Muharam, F. (2021). Instagram sebagai Cyber Public Relation di Era 4.0. *JURNAL PUBLIC RELATIONS-JPR*, 2(2), 1–136.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbioasa Rekatama Media.
- Nuranisa, P., Sagiyanto, A., & Astuti, F. D. (2025). Pemanfaatan Akun Instagram @baznasindonesia sebagai Media untuk Mengedukasi Zakat Kepada Masyarakat. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(4), 195–204. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i4.3358>
- Praysi Nataly Rattu, N. R. P. S. S. (2022). Optimalisasi Kinerja Bidang Sosial Budaya Dan Pemerintahan Dalam Perencanaan Pembangunan (Studi Di

- Kantor Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, Dan Pengembangan Daerah Kabupaten Minahasa). *JURNAL GOVERNANCE*, 2(1).
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis.
- Pusparini, M. D., Bapang, S. H., & Virgiawan, R. (2023). Zakat Fundraising Via Instagram: How Does It Advantageous for Zakat Institutions? *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy*, 1(2), 57–66.  
<https://doi.org/10.62265/jcaip.v1i2.41>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.  
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rahmawati, A. N., & Yuniarto, A. S. (2023). Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 813–819.
- Rahmawati, E. P., & Purwanto, S. (2022). OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PENUNJANG DIGITAL MARKETING PADA PT DISTY TEKNOLOGI INDONESIA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 36–40. [https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Ridho Bramanta, J., Burhanuddin, & Aryan Izzy Burhani, A.-M. (2025). PENGELOLAAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PUSDIKLATANRI. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 1–204.
- Risma, R. K., & Setiawan, E. (2022). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3883>
- S. Gassing, S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. CV. Andi Offset.
- Septiyani, D. A. (2024). EVOLUSI PUBLIC RELATION DI ERA DIGITAL: STRATEGI UNTUK MEMBANGUN REPUTASI DI DUNIA MAYA. *Journal Media Public Relations*, 4(1).
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran *Public Relations* Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing) 1 Arkan Shaleh, 2Wulan Furrie. *Jurnal Lugas*, 4(1), 9–16.

<http://ojs.stiami.ac.id>

- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. Dalam *Italian Journal of Marketing* (Vol. 2021, Nomor 3, hlm. 267–292). Springer International Publishing.  
<https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Utomo, B. S., & Farhan, M. S. (2024). Strategi Marketing *Public Relations* dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Pada LAZISWAF UNIDA Gontor. *Indonesian Social Science Review*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.61105/issr.v2i2.104>
- Zulfathurrahmah, Z., Baehaqi, A., & Wahyu Prabowo, T. J. (2024). Accountability of Islamic Non-Governmental Organizations in Indonesia: A Netnographic Study. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 7(1), 68–82.  
<https://doi.org/10.18196/jati.v7i1.2159>

