

202210040311305
Vera Amalia Agrina Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

**IMPLEMENTASI *CIRCULAR MODEL OF SOME* PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG
(Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event
Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Oleh :

Nama : Vera Amalia Agrina Putri

NIM : 202210040311305

Dosen Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A (Hons)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

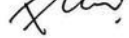

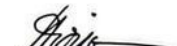
Vera Amalia Agtrina Putri
202210040311305

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 10 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si ()
2. Nasrullah, M.Si, Ph.D ()
3. Widiya Yutanti, M.A (Hons) ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Agus Susilo, M.Si.

202210040311305
Vera Amalia Agtrina Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

**IMPLEMENTASI *CIRCULAR MODEL OF SOME* PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG
(Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event Anniversary*
Radio Kosmonita Malang ke-23)**

Diajukan Oleh :

VERA AMALIA AGTRINA PUTRI
202210040311305

Telah disetujui
Rabu, 10 Juni 2026

Pembimbing I



Widya Yutanti, M.A (Hons)

Wakil Dekan I




Dr. J. Kusilo, M.Si.


Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.

PERNYATAAN PROSES IJAZAH


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

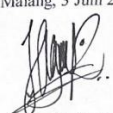



PERNYATAAN UNTUK PROSES IJAZAH SI UMM

1. Tahun ajar	: 2025/2026
2. Semester Ajar	: 8
3. No. Induk Mahasiswa	: 202210040311305
4. Nama Lengkap (sesuai Ijazah)	: Vera Amalia Agtrina Putri
5. Jenis Kelamin	: Perempuan
6. Tempat Lahir	: Bojonegoro
7. Tanggal Lahir	: 1 Pebruari 2004
8. Nomer Induk Kependudukan (NIK)	: 3522154102040001
9. Nomor Handphone / WA	: 085821921576
10. e-mail adress	: veraamalia2004@gmail.com
11. Alamat Asal (di isi sesuai KTP / KK)	: Jl. Basuki rahmat GG SD 12, RT 19, RW 05, Sukorejo
12. Kota/Kabupaten Asal	: Bojonegoro
13. Nama Orang Tua	: Agus Priyanto
Ayah	: Sulastri
Ibu	: OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
14. Judul Skripsi	: SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada Event Anniversary Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan Circular Model of SOME)
15. Nomer SK Pembimbing (kosongi)	:
16. Tanggal SK Pembimbing (kosongi)	:
17. Dosen Pembimbing 1	: Widiya Yutanti, M.A (Hons)
Dosen Pembimbing 2	:

Biodata tersebut diisi dengan sebenar-benarnya sesuai data-data saya, dan saya tidak akan mengajukan perubahan terhadap data yang saya tulis di atas.

Malang, 3 Juni 2026


Vera Amalia Agtrina Putri




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. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG




**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

~~SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada Event Anniversary Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan Circular Model of SOME)~~


Oleh:
Nama : Vera Amalia Agrina Putri
NIM : 202210040311305

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,
Malang, 3 Juni 2026
Pembimbing I/Promotor


Widiya Yutanti, M.A (Hons)
NIP. 10303090396

(*) Coret yang tidak perlu



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 186 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tugomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

202210040311305
Vera Amalia Agtrina Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Vera Amalia Agtrina Putri
NIM : 202210040311305

Hasil Plagiasi: $\frac{5}{6}$

BAB I	8			
BAB II	3			
BAB III	22	19		

BAB IV	3			
BAB V	1			
BAB VI	7			

Malang, 5 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Vera Amalia Agtrina Putri
2. NIM : 202210040311305
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi.
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Judul Skripsi : OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada Event Anniversary Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan Circular Model of SOME)
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A (Hons)
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
27 September 2025	Pengajuan fenomena/Topik Penelitian	
8 Oktober 2025	Pengajuan BAB I-II-III	
6 Desember 2025	Seminar Proposal	
12 Januari 2026	Instrumen	
26 Maret 2026	Pengajuan BAB IV-V	
27 April 2026	ACC BAB IV-V-VI	
8 Mei 2026	Seminar Hasil	

Malang, 3 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A (Hons)




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


Kampus II
Jl. Bendulungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 143 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI
MAGAZINE

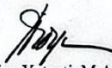
BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 8 Mei 2025
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Vera Amalia Agtrina Putri
2. NIM : 202210040311205
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
5. Judul Skripsi : OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event Anniversary* Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan *Circular Model of SOME*)
6. Dosen Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A (Hons)
7. Dosen Penguji : Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Seminar hasil dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link berikut:
<https://us06web.zoom.us/j/83822202820?pwd=V9DeND8Fvk8CXyZRamwbdNtdCx7cZw.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 15 audiens dengan daftar hadir terlampir.
Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

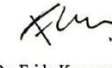
Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A (Hons)


Malang, 3 Juni 2026

Dosen Penguji




Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si.




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


Kampus II
Jl. Bendungan Sulaim No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL




UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

NO.	Nama	NIM	Keterangan
1.	Caska Eka Saputra	202210040311180	Ilmu Komunikasi UMM
2.	Nicola Adi Saputra	202210040311093	Ilmu Komunikasi UMM
3.	Muhammad Ali Zaidan Ash Shiddiqin	202210040311065	Ilmu Komunikasi UMM
4.	Inas Aulia	202210040311012	Ilmu Komunikasi UMM
5.	Aflahcyntia Azka Ardhana	202210040311286	Ilmu Komunikasi UMM
6.	gianti cahya p	2022-266	Ilmu Komunikasi UMM
7.	Muh. Taufiqurrahman	202210040311442	Ilmu Komunikasi UMM
8.	Cyntia Dewi Agustia	202210040311341	Ilmu Komunikasi UMM
9.	Muhammad Nizam Taufiqulhakim	202210040311390	Ilmu Komunikasi UMM
10.	Siti Zahwa Afifah Assagaf	202210040311003	Ilmu Komunikasi UMM
11.	verro bhernadi ichmawan	202210040311257	Ilmu Komunikasi UMM
12.	Virgynenza Ayuba	202210040311434	Ilmu Komunikasi UMM
13.	Muhammad Hishni	202210040311355	Ilmu Komunikasi UMM
14.	Aurelia Artha Mavena	202210040311342	Ilmu Komunikasi UMM
15.	athalia jasmine	202210040311059	Ilmu Komunikasi UMM
16.	Salsabila Ananda Wijaya	202210040311255	Ilmu Komunikasi UMM
17.	Tsalis Rofita Anggraini	202210040311196	Ilmu Komunikasi UMM
18.	Amalia Fatma Sagita	202210040311259	Ilmu Komunikasi UMM
19.	Rahelia Cahya Wahyudi	202210040311242	Ilmu Komunikasi UMM
20.	Putri Adela Nanda Dewanti	2242520060	Akuntansi Manajemen
21.	Shafrida Choiria Putri	22021000010	Ekonomi Pembangunan
22.	Mardian Husaini	202210040311223	Ilmu Komunikasi UMM
23.	Dio Rico Ifan Afandi	202210040311232	Ilmu Komunikasi UMM




Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 501 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435



Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Vera Amalia Agtrina putri
NIM	: 202210040311305
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 :

OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada Event Anniversary Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan Circular Model of SOME)

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 sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.


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 pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.


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

Malang, 3 Juni 2026

Yang Menyatakan,



VERA AMALIA AGTRINA PUTRI



UN-QA
STARS


Kampus I Jl. Bundaring 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bunduringan, Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	---	--

202210040311305
Vera Amalia Agtrina Putri
Prodi Ilmu Komunikasi


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi			
	Nama : Vera Amalia Agtrina Putri			
	NIM : 202210040311305			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik			
	Judul Skripsi : OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada <i>Event Anniversary</i> Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan <i>Circular Model of SOME</i>)			
	Disetujui, Pembimbing			
				
	Widiya Yutanti, M.A (Hons)			
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi			
				
	Novin Farid Styowibowo, M.Si			
 STARS	<table><tr><td>Kampus I Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungrejo Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 148 (Hunting) F: +62 341 582 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungrejo Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 148 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungrejo Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 148 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id		

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/VI/2026/FISIP-UMM/


Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Vera Amalia Agtrina Putri
No. Induk Mahasiswa : 202210040311305
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event Anniversary* Radio Kosmonita Malang Ke-23 Berdasarkan *Circular Model of SOME*)


Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 3 Juni 2026

Dosen Pembimbing




Widiya Yutanti, M.A (Hons)




Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 493 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 493 435 E. webmaster@umm.ac.id
---	--	---


SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/VI/2026/FISIP-UMM/




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

NAMA : Vera Amalia Agrina Putri
NIM : 202210040311305
Program Studi : Ilmu Komunikasi


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

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 3 Juni 2026
Ketua Program Studi



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 223 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sitemi No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Vera Amalia Agtrina Putri (202210040311305), IMPLEMENTASI *CIRCULAR MODEL OF SOME* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO LOKAL MALANG (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event Anniversary* Radio Kosmonita Malang Ke-23), Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi pengelolaan akun Instagram @kosmonita_official Radio Kosmonita Malang yang belum optimal sebagai media promosi di tengah tantangan pergeseran perilaku audiens radio ke ranah digital. Momentum *Anniversary* Radio Kosmonita Malang ke-23 dengan *campaign "EMPOWE23D & CONNECTED"* menjadi titik krusial yang menuntut adanya strategi pengelolaan media sosial yang terencana, konsisten, dan berorientasi pada audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan akun Instagram @kosmonita_official dalam promosi *event anniversary* Radio Kosmonita Malang ke-23 dengan menggunakan pendekatan konsep *Circular Model of SOME* oleh Regina Luttrell. Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram @kosmonita_official berjalan secara sirkular melalui empat tahapan *Circular Model of SOME*. Tahap *share* mendistribusikan konten secara terencana sesuai karakteristik audiens, tahap *optimize* dilakukan melalui evaluasi rutin berbasis *insight engagement*, tahap *manage* diwujudkan melalui struktur tim yang terorganisir dan *content plan* yang sistematis, serta tahap *engage* dijalankan melalui konten interaktif dan kolaborasi dengan *influencer* dan komunitas. Keempat tahapan ini berjalan secara sirkular dan saling terhubung, sehingga keterlibatan audiens tidak hanya terjadi di ranah digital, tetapi juga termanifestasi dalam respons perilaku nyata di ranah *on-air* maupun *off-air*.

Dengan demikian, pengelolaan Instagram yang terstruktur, kolaboratif, dan berbasis audiens melalui pendekatan *Circular Model of SOME* terbukti mampu meningkatkan efektivitas promosi *event* serta mendorong keterlibatan audiens secara berkelanjutan.

Kata kunci: Implementasi media sosial, promosi *event*, keterlibatan audiens, *Circular Model of SOME*, radio lokal **Jumlah halaman:** 104 halaman, **Jumlah referensi:** 28 sumber

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A (Hons)

Malang, 3 Juni 2026

Peneliti



Vera Amalia Agtrina Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Circular Model of SOME* pada Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Radio Lokal Malang (Studi Kasus pada Pengelolaan Akun @kosmonita_official pada *Event Anniversary* Radio Kosmonita Malang ke-23)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Atas segala rahmat, kemudahan, kekuatan, dan pertolongan yang selalu hadir tepat pada waktunya. Terima kasih telah menjadi sandaran terkuat di setiap malam yang berat dan di setiap doa yang tak sempat terucap.
2. Orang tua penulis, Bapak Agus Priyanto dan Ibu Sulastri, yang tidak pernah lelah berhenti mendoakan, mendukung, dan mencurahkan kasih sayang tanpa batas. Kalian adalah alasan terbesar penulis untuk terus berjuang.
3. Kakak tercinta Eki Agtrin Ramadan beserta istri Elisa dan buah hati Devanka Kenzo El Barak, yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam setiap langkah perjalanan penulis.
4. Ibu Widiya Yutanti, M.A (Hons), selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si dan Bapak Nasrullah, M.Si, Ph.D, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Sekawan Pitu, M. Nizam Taufiqulhakim, Aflahchintya Azka Ardhana,

Caska Eka Saputra, Gianti Cahya Putri Silalahi, Nicola Adi Saputra, dan Candra Ari Kusuma, yang telah hadir sejak semester tiga hingga kini, menjadi teman seperjuangan yang tak ternilai.

7. Ganyeng, Verro, Erika, Jasmine, Nizam, Fahmi, Rinjani, dan Haikal, atas kebersamaan, tawa, dan dukungan yang selalu menghangatkan hari-hari penulis.
8. Itil, Afifah, Jasmine, Jeny, Rara, dan Nizam, yang terbentuk dari BEM FISIP dan menjadi bagian indah dari perjalanan kuliah penulis.
9. Sahabat SMP penulis, Fifi Bintang Dea Fatimah dan Mounicca Earnest Tri Bahari, serta sahabat SMA penulis, Risma Aulia Binar, yang meskipun terpisah jarak, kehadirannya selalu terasa.
10. Siti Zahwa Afifah Assagaf, Athalia Jasmine Oganti, Inas Aulia Rachmawan, dan Vigynenza Ayuba, teman-teman spesial yang selalu mengajak berkelana, selalu membantu, memberikan informasi, dan selalu ada di saat dibutuhkan.
11. BEM FISIP (Restoras), HIMAKOM, serta Demis MINBAK, khususnya Gemilang Boy dan Gavin Araya, serta Kak Faisal yang telah memberikan ide dan inspirasi awal topik penelitian ini. Serta SPORA, Iyang, Farel, Senja, dan Elen, atas energi positif dan semangat yang selalu mengalir.
12. CAVA, Ali Zaidan Ash Shiddiqin, Cyntia Dwi Agustia, dan Afuwan Nur Rahmadani, kelompok magang internal program CoE SCDC, serta CINCORIOR, Ali Zaidan Ash Shiddiqin, Muh Taufiqurrahman, Afuwan Nur Rahmadani, Gianti Cahya Putri, dan Aflahchintya Azka Ardhana, kelompok praktikum 1, atas kerjasama dan kenangan yang tak terlupakan.
13. *Partner internship* penulis, Aurelia Artha Mavena dan Novi Arianti, atas kolaborasi dan kebersamaan yang memperkaya pengalaman penulis.
14. Wahyu, yang telah memberikan arahan berharga dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, serta Rama, Ile, Ringga, dan Arya yang selalu hadir

meramaikan sesi ngopi dan membuat suasana menjadi lebih hidup.

15. Dan yang terakhir, terima kasih yang paling dalam dan paling tulus untuk diri penulis sendiri, Vera Amalia Agtrina Putri. Terima kasih telah memilih untuk bertahan, bahkan di hari-hari ketika segalanya terasa berat dan tak ada yang melihat perjuanganmu. Terima kasih telah merantau jauh dari rumah, bertahan sendirian di kota orang, menghadapi badai demi badai yang datang silih berganti tanpa sempat memberi jeda. Tidak ada yang tahu seberapa keras kamu berjuang di balik layar, air mata yang ditelan sendiri, malam-malam panjang yang dilewati sendirian, dan rasa lelah yang tetap kamu lawan dengan langkah yang terus maju. Kamu adalah anak bungsu yang dipercaya menyandang harapan besar keluarga, cucu pertama sarjana dari keluarga Bapak, dan hari ini kamu membuktikan bahwa kepercayaan itu tidak salah alamat. Selamat, Vera. Kamu sudah sampai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi. Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah hadir dan berkontribusi dalam perjalanan ini, baik yang tersebut maupun yang tidak tersebut namanya. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat nama yang belum sempat disebutkan, bukan karena terlupakan, melainkan karena setiap kebaikan yang pernah diberikan, sekecil apapun, selalu tersimpan dalam hati dan turut menjadi bagian dari perjalanan ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN PROSES IJAZAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iv
TANDA TERIMA PLAGIASI	v
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	vii
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	viii
SURAT PERNYATAAN	ix
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	x
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	xi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Digital	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.3 Program Komunikasi Pemasaran	12
2.4 Optimasi Media Sosial	14
2.5 Konsep <i>Circular Model of SOME</i> (Regina Lutrell)	19
2.6 Teori <i>Encoding – Decoding</i> (Stuart Hall)	22
2.7 Media Promosi	27

2.8 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi.....	28
2.8.1 Kelebihan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi.....	29
2.8.2 Kekurangan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi.....	29
2.9 Penelitian Terdahulu.....	30
2.9.1 (Trilestari, Nurfauzi, Amalin, 2024)	30
2.9.2 (Maharani, Wardah, Muthmainnah, 2024).....	31
2.9.3 (Arya Febri Sukamarni, 2023).....	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Tipe Penelitian.....	36
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Keabsahan Data.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	43
4.1 Profil Umum Radio Kosmonita Malang	43
4.1.1 Sejarah dan Filosofi.....	43
4.1.2 Visi, Misi, dan <i>Positioning</i>	44
4.1.3 Segmentasi dan Target Audiens.....	44
4.1.4 Program Siaran.....	45
4.2 Gambaran Umum Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	47
4.3 Gambaran Umum Instagram @kosmonita_official selama <i>Event Anniversary</i> Radio Kosmonita Malang ke-23	53
4.3.1 Struktur Tim Pengelola Akun Instagram @kosmonita_official pada Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	54
4.3.2 Perencanaan dan Pengemasan Konten.....	55
4.3.3 Interaksi dengan Audiens	59
4.3.4 <i>Monitoring</i> dan Evaluasi	61
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Deskripsi Umum Informan Penelitian.....	63
5.1.1 Profil Informan dan Sumber Data	64
5.1.2 Temuan Penelitian	69
5.2 Pembahasan	93

202210040311305
Vera Amalia Agtrina Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

5.2.1 Analisis Penyajian Data yang Dikaitkan dengan Teori <i>Circular Model of SOME</i>	94
5.3 Hambatan.....	100
BAB VI PENUTUP	103
6.1 Kesimpulan.....	103
6.2 Saran.....	104
6.2.1 Saran Akademis.....	104
6.2.2 Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5.1 Konsep Circular Model of SOME	20
Gambar 4.1 Logo Radio Kosmonita Malang.....	43
Gambar 4.2.1 Logo Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	47
Gambar 4.2.2 Guideline Tea Time with Inspiring Women	49
Gambar 4.2.3 Kegiatan Tea Time with Inspiring Women	50
Gambar 4.2.4 Peserta Healthy n Fresh Kosmonita x Gramedia Malang	50
Gambar 4.2.5 Zumba with WW Gym.....	51
Gambar 4.2.6 Membaca Dongeng dengan Read Aloud Malang Raya.....	51
Gambar 4.2.7 "SPEKTA" Sejam Siaran Bareng Para Kosmonita di Studio Radio Kosmonita Malang	52
Gambar 4.2.8 Simbolis Perayaan Anniversary Radio Kosmonita Malang.....	52
Gambar 4.2.9 Undangan Stakeholder Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	53
Gambar 4.3 Tampilan Instagram Radio Kosmonita Malang @kosmonita_official	53
Gambar 4.3.2.1 Content Calendar Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	56
Gambar 4.3.2.2 Content Plan Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23	56
Gambar 4.3.2.3 Konten Edukasi bertajuk "Suara Perempuan" dari Background Ahli Psikologi.....	57
Gambar 4.3.2.4 Konten Informasi tentang Event Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	58
Gambar 4.3.2.5 Konten Hiburan Kuis Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	58
Gambar 4.3.2.6 Konten Promosi bertajuk "EMPROWE23DChallenge" dalam momentum Anniversary Radio Kosmonita Malang ke-23.....	59
Gambar 4.3.3 Interaksi akun Instagram @kosmonita_official pada komentar ...	61
Gambar 5.1.2.1 Tampilan Instagram @kosmonita_official.....	73
Gambar 5.1.2.2 Jangkauan Instagram @kosmonita_official saat Event Anniversary	73

Gambar 5.1.2.3	Promosi event menggunakan feed Instagram	75
Gambar 5.1.2.4	Konten ucapan Anniversary melalui stories	75
Gambar 5.1.2.5	Tampilan Instagram saat Event Anniversary	77
Gambar 5.1.2.6	Rapat evaluasi konten setiap bulan	79
Gambar 5.1.2.7	Data insight indikator engagement	80
Gambar 5.1.2.7	Interaksi melalui komentar.....	82
Gambar 5.1.2.9	Penyusunan content plan dan pembagian tugas.....	84
Gambar 5.1.2.10	Content Plan Radio Kosmonita Malang	85
Gambar 5.1.2.11	Produksi konten saat Healthy n Fresh Kosmonita x Gramedia	86
Gambar 5.1.2.12	Konten interaktif melalui caption Instagram	89
Gambar 5.1.2.13	Respon cepat tim sosial media untuk membalas komentar di Instagram.....	90
Gambar 5.1.2.14	Konten kolaborasi @kosmonita_official dengan influencer/komunitas	92



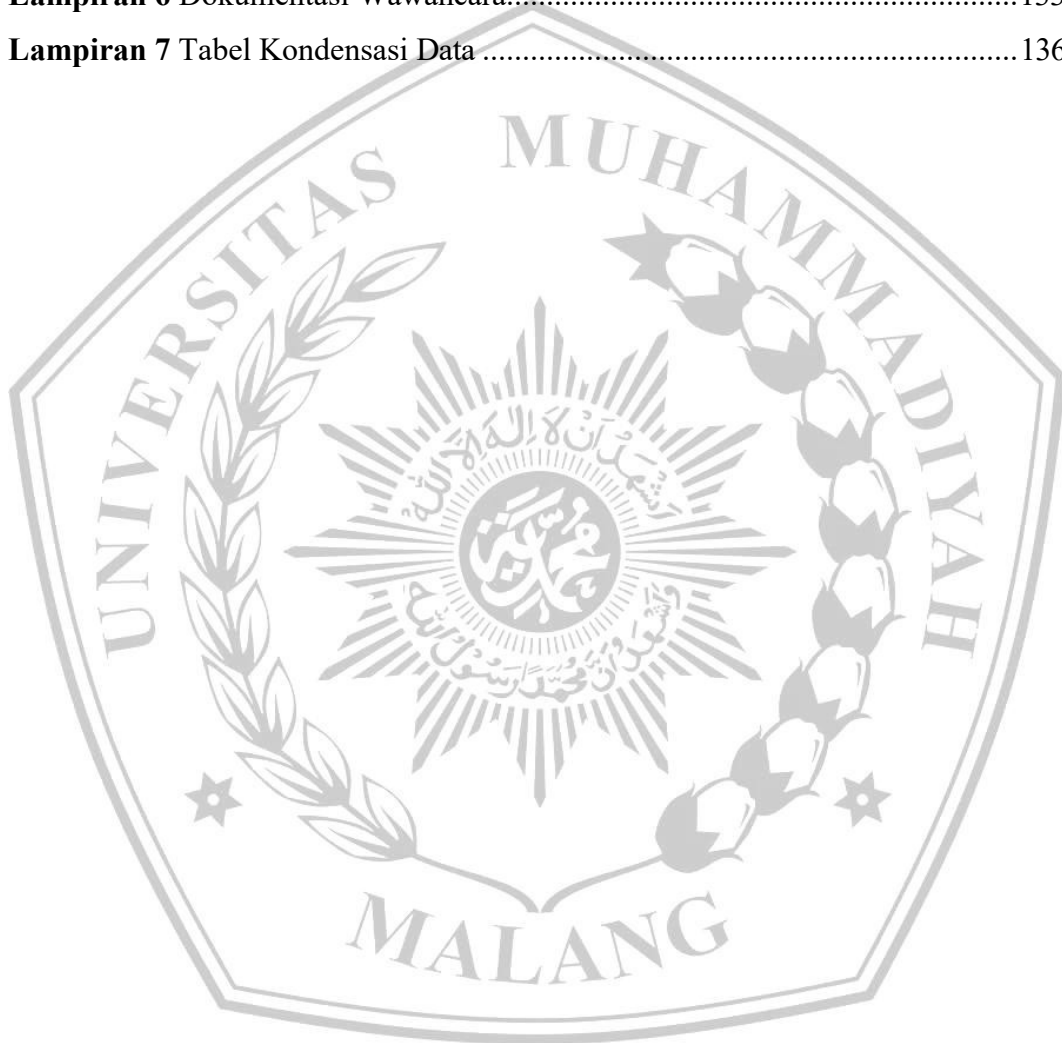
DAFTAR TABEL

Tabel 2.9.1 Penelitian Terdahulu 1.....	30
Tabel 2.9.2 Penelitian Terdahulu 2.....	31
Tabel 2.9.3 Penelitian Terdahulu 3.....	32
Tabel 5.1.1 Data Informan.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Instrumen Wawancara	109
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1	111
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2	119
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3	125
Lampiran 5 Instrumen Penelitian.....	131
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara.....	133
Lampiran 7 Tabel Kondensasi Data	136



DAFTAR PUSTAKA

- Andhikia, R. A. (2023). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @JakOnline01 Terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Mendapatkan Informasi Tentang Persija Jakarta* [repository UIn Jakarta]. repository UIn jakarta. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79998/1/SP23070.pdf?utm_source
- C, A., & T, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*, 32 (1), 15-27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/digital-marketing/P200000003204>
- Chugh, S. (2023, Februari 22). Apa itu Optimasi Media Sosial dan Mengapa Hal Itu Penting bagi Bisnis Anda? *Emeritus*. https://emeritus.org/blog/digital-marketing-social-media-optimization/?utm_source
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the Credibility of Online Celebrities' Instagram Profiles in Influencing the Purchase Decisions of Young Female Users. *Computers in Human Behavior*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296317302063>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hincsh, C. (2017). Elements of strategic social media marketing. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296316305701>
- Hall.S. (1980). Encoding/decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (hal. 128-138). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203381670>
- Heryani, D., Wiryani, D., & Meltareza, R. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Daclen dalam Membangun Positioning di Akun Instagram @daclen.id. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, Vol 2(3). <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i3.1130>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>

- Kemp, S. (2024). "Digital 2024: Global Overview Report." <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Kiin, M. K. A., University, T. A., & Guyana. (2024). Determinant of Promotion Mix on Customer Retention of Melcom Products in Accra: Mediating role of Customer Satisfaction and Trust. *British Journal of Marketing Studies*, Vol 12(1). <https://doi.org/10.37745/bjms.2013/vol12n16577>
- Kocak, N. G., & terkan, R. (2019). Social media usage and its impact on brand engagement: A study on digital communication strategies. *International Journal of Social Sciences and Education Research*. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijsser/issue/45475/570606>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson. <https://books.google.com/books?id=5J0vDwAAQBAJ>
- Luttrell, R. (2022). Social Media: How to Engage, Share, and Connect. <https://books.google.com/books?id=social-media-luttrell>
- M, K. A., & M, H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- M.si, D. R. N. (2018). RISET KHALAYAK DIGITAL: PERSPEKTIF KHALAYAK MEDIA DAN REALITAS VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Sositologi*, Vol.17(No.2). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Econ Papers*, Vol.52(4), 357-365. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:bushor:v:52:y:2009:i:4:p:357-365>
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, & Saldaña, Johnny. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*.
- Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47545>
- Permatasari, D. I. (2025). Optimizing Instagram as a Digital Marketing Medium: a Descriptive Study of Tukangbangunandimedan by PT. Satu Shaff Bersama. *E Journal Sean Institue*, Vol 5(4). <file:///C:/Users/asus/Downloads/paper+dina+repair+last.pdf>
- Poerwadarminta, W.J.S. (1997). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka.
- Putri, A., & Sari, W. P. (2024). Lebih dari Sekadar Click dan Likes: Kontribusi Social Media Specialist dalam Menciptakan Engagement. *Jurnal Untar*, Vol 8(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27540>
- Rahmawati, A., Untari, S. I., Istia, M. N., & Bakri, M. J. A. (2025, April). Literature Review: Evolusi Strategi Pemasaran Digital dalam Era Teknologi Informasi. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5(2). <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i2.2468>

- Salsabila, a., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Optimasi Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Destinasi Pariwisata Kota Bogor. *Jurnal Indonesia manajemen informatika komunikasi*, Vol 6(2). 10.63447/jimik.v6i2.1411
- Trisnajaya. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Media Sosial @virtually.samanthaannisa di Instagram. *Research Gate*, Vol 5(4). 10.18196/jas.v5i4.499
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. Sage Publications, (3). <https://us.sagepub.com/en-us/nam/social-media-marketing/book267904>
- Yin, R. K. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, (4). <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book246896>
- Yunus, Y., & Mahpuddin. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PENDENGAR MS RADIO. *KINESIK*, vol 7(3). file:///C:/Users/asus/Downloads/chronostr,+9+yusran+yunus+mahpuddin.pdf

