

202210040311390  
Muhammad Nizam Taufiqulhakim  
Prodi Ilmu Komunikasi

**STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**  
**(Studi pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep**  
***The Circular Model of SoMe***)

**SKRIPSI**

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



Oleh :

Muhammad Nizam Taufiqulhakim

202210040311390

Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med. Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**  
**TAHUN 2026**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM**

**202210040311390**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

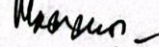


Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

Rabu, 10 Juni 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Zen Amirudin, M. Med. Kom (  )
2. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom (  )
3. Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom (  )

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Eko Susilo, M.Si.**

**STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**  
**(Studi pada Akun @cityguide911fm berdasarkan konsep**  
**The Circular Model of SoMe)**

Diajukan Oleh :

**MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM**  
202210040311390

Telah disetujui  
*Rabu, 10 Juni 2026*

Pembimbing I



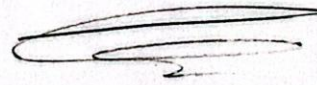
**Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom**

Wakil Dekan I



*[Signature]*  
**Dr. Eko Susilo, M.Si.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.**

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



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

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : MUHAMMAD NIZAM TAUFUQULHAKIM  
No. Induk Mahasiswa : 202210040311390  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The Circular Model of SoMe*)

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

Malang, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Pusat)  
F. +62 341 490 435






#### Kampus II

Jl. Bembungan Sudiro No. 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Pusat)  
F. +62 341 582 000

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 315 (Pusat)  
F. +62 341 461 415  
E. website: [www.umm.ac.id](http://www.umm.ac.id)

## LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	<b>SURAT KETERANGAN</b>			
	Nomor : E.6.e/V/2026/FISIP-UMM/			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM			
	NIM : 202210040311390			
	Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan <b>BEBAS KULIAH</b>			
	Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 4 Juni 2026			
	Ketua Program Studi			
				
	Novin Farid Styo Wibowo, M.Si			
	<table border="0"><tr><td><b>Kampus 1</b> Jl. Bawangsari 1 Malang Jawa Timur P. 602 841 682 (Malang) F. +62 341 400 435</td><td><b>Kampus 2</b> Jl. Bendungan Gunung No 100 Malang Jawa Timur P. 602 841 551 149 (Malang) F. +62 341 582 060</td><td><b>Kampus 3</b> Jl. Raya Tlogomas No 740 Malang Jawa Timur P. 602 841 404 218 (Malang) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	<b>Kampus 1</b> Jl. Bawangsari 1 Malang Jawa Timur P. 602 841 682 (Malang) F. +62 341 400 435	<b>Kampus 2</b> Jl. Bendungan Gunung No 100 Malang Jawa Timur P. 602 841 551 149 (Malang) F. +62 341 582 060	<b>Kampus 3</b> Jl. Raya Tlogomas No 740 Malang Jawa Timur P. 602 841 404 218 (Malang) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id
<b>Kampus 1</b> Jl. Bawangsari 1 Malang Jawa Timur P. 602 841 682 (Malang) F. +62 341 400 435	<b>Kampus 2</b> Jl. Bendungan Gunung No 100 Malang Jawa Timur P. 602 841 551 149 (Malang) F. +62 341 582 060	<b>Kampus 3</b> Jl. Raya Tlogomas No 740 Malang Jawa Timur P. 602 841 404 218 (Malang) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id		



## SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM  
NIM : 202210040311390  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)  
Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul: STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The 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, 4 Juni 2026

Yang Menyatakan,



MUHAMMAD NIZAM T



#### Kampus I

Jl. Randang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 263 (Hunting)  
F: +62 341 860 430

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 150 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 000

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 463 433  
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:

STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

(Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The Circular Model of SoMe*)

Oleh:

Nama : MUHAMMAD NIZAM TAUFUQLHAKIM

NIM : 202210040311390

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 11 Mei 2026

Pembimbing I/Promotor

Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom

NIP. 190918081988

(\* ) Coret yang tidak perlu



Kampus I  
Jl. Bawangs 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 860 435

Kampus II  
Jl. Bendorjati Satrio No 158 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No 240 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Muhammad Nizam Taufiqulhakim  
NIM : 202210040311390

Hasil Plagiasi :  $\frac{2}{6}$

BAB I	15			
BAB II	3			
BAB III	16			

BAB IV	2			
BAB V	1			
BAB VI	12			

Malang, 2 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 : MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM
2. NIM : 202210040311390
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
5. Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The Circular Model of SoMe*)
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
19 September 2025	Pengajuan Topik Penelitian	
11 Oktober 2026	Pengajuan BAB I – III	
11 November 2026	ACC BAB I – III	
15 November 2026	Seminar Proposal	
18 November 2026	Pengajuan Instrumen Penelitian	
9 Februari 2026	Pengajuan BAB IV – V	
26 Februari 2026	ACC BAB IV – VI	
4 Maret 2026	Seminar Hasil	

Malang, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sitanji No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tuguasas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 218 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 4 Maret 2026

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : MUHAMMAD NIZAM TAUFIQULHAKIM
2. NIM : 202210040311390
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
5. Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The Circular Model of SoMe*)
6. Dosen Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom
7. Dosen Penguji : Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Seminar hasil dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link berikut:

<https://us06web.zoom.us/j/85445861858?pwd=8ahbYMcQzVkG2l1Ux3lOWwvJrzQMG.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 26 audiens dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Malang, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Buntari 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 660 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 155 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tigaparus No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 465 435  
E. webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS  
 MUHAMMADIYAH  
 MALANG



LAMPIRAN DAFTAR HADIR AUDIENS SEMINAR HASIL

No	Nama	NIM	Keterangan
1.	Verro Bhernadi Ichmawan	202210040311257	Ilmu Komunikasi UMM
2.	Vera Amalia Agrina Putri	202210040311305	Ilmu Komunikasi UMM
3.	Gianti Cahya Putri S	202210040311266	Ilmu Komunikasi UMM
4.	Aflahchintya Azka Ardhana	202210040311286	Ilmu Komunikasi UMM
5.	Athalia Jasmine Oganti	202210040311059	Ilmu Komunikasi UMM
6.	Nicola Adi Saputra	202210040311093	Ilmu Komunikasi UMM
7.	Candra Ari Kusuma	202210040311265	Ilmu Komunikasi UMM
8.	Caska Eka Saputra	202210040311180	Ilmu Komunikasi UMM
9.	Muh. Taufiqurrahman	202210040311442	Ilmu Komunikasi UMM
10.	Afuwan Nur Rahmadani	202210040311378	Ilmu Komunikasi UMM
11.	Berlianda Putri Nabila	202210040311376	Ilmu Komunikasi UMM
12.	Muhammad Rinjani Arifin	202310040311255	Ilmu Komunikasi UMM
13.	Bara Aji Saputra	202210040311157	Ilmu Komunikasi UMM
14.	Dio Rico Ifan Afandi	202210040311232	Ilmu Komunikasi UMM
15.	Muhammad Bisyrul Hafi	202210100311008	Pendidikan Bahasa Inggris UMM
16.	Gabriel Akmal Dzaki	202310020311055	Hukum Keluarga Islam UMM
17.	Khoirunnisa Alfita H	202310370311082	Informatika UMM
18.	Roudhotul Mufarikha	202310040311244	Ilmu Komunikasi UMM
19.	Domi Saptya Renova Hadi	202210340311054	Teknik Sipil UMM
20.	Muhammad Ihya U	202210040311300	Ilmu Komunikasi UMM
21.	Delia Sagita Fitri	202210040311236	Ilmu Komunikasi UMM
22.	Nazwa Naura	202210040311086	Ilmu Komunikasi UMM
23.	Fahmi Daud Ibrahim	202310040311265	Ilmu Komunikasi UMM
24.	Ananda Bisma	225120207111035	Ilmu Komunikasi UB
25.	Muhammad Haikal Makarim	202410030110003	Kesejahteraan Sosial UMM



Kampus I  
 Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 551 253 (Hunting)  
 F. +62 341 951 335

Kampus II  
 Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 551 149 (Hunting)  
 F. +62 341 582 680

Kampus III  
 Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 464 318 (Hunting)  
 F. +62 341 453 435  
 E. webmaster@umm.ac.id



## ABSTRAK

### ABSTRAK

Muhammad Nizam Taufiqulhakim. NIM. 202210040311390. STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun @cityguide911fm berdasarkan Konsep *The Circular Model of SoMe*). Edisi 2026. Skripsi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media sosial yang mendorong media radio lokal untuk beradaptasi dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan dengan audiens. Instagram menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan oleh City Guide 911 FM dalam memperluas jangkauan komunikasi digitalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan akun Instagram @cityguide911fm berdasarkan konsep *The Circular Model of SoMe* yang meliputi tahap Share, Optimize, Manage, dan Engage. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, serta analisis konten terhadap unggahan Instagram.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram @cityguide911fm telah menerapkan keempat tahapan dalam *The Circular Model of SoMe* secara kontekstual dan adaptif. Tahap Share dilakukan melalui distribusi konten yang konsisten dengan fokus pada hard news lokal dan informasi lalu lintas yang relevan dengan kebutuhan audiens. Tahap Engage terlihat dari interaksi dua arah yang aktif melalui komentar, direct message, serta pemanfaatan Instagram story, yang juga mendorong partisipasi audiens dalam bentuk citizen journalism. Sementara itu, tahap Optimize dilakukan melalui evaluasi performa konten berbasis insight Instagram, meskipun belum sepenuhnya memanfaatkan analitik lanjutan. Tahap Manage dijalankan melalui pembagian tugas yang jelas antara supervisor dan tim editor serta alur kerja yang terstruktur, namun masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan waktu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama strategi terletak pada kemampuan membangun kedekatan dengan audiens melalui konten lokal dan interaksi aktif. Dengan demikian, pengelolaan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang partisipatif yang memperkuat relasi antara media dan audiens.

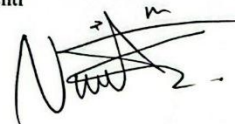
**Kata Kunci:** strategi media sosial, Instagram, radio lokal, *The Circular Model of SoMe*, engagement

Dosen Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom

Malang, 11 Mei 2026  
Peneliti



Muhammad Nizam T

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat serta karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM (Studi kasus pada akun @cityguide911fm berdasarkan konsep *The Circular Model of SoMe*)” sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bantuan, bimbingan dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materiil. Segala bentuk tantangan, cobaan, kendala serta pengalaman berharga tentu menjadi bagian dalam perjalanan penulis di skripsi ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Dra. Sudarti, M.Si. dan Bapak Joko Siswanto, S.Sos., yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, motivasi, serta alasan utama bagi penulis untuk terus berjuang dan meraih berbagai pencapaian, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk kelancaran setiap langkah dan urusan penulis. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, serta dukungan yang diberikan dalam berbagai bentuk, baik moril maupun materiil, selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Segala pencapaian yang diraih penulis tidak lepas dari peran, bimbingan, dan perjuangan kedua orang tua. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan kepada Ibu dan Bapak.
3. Universitas Muhammadiyah Malang, tempat penulis dalam menempuh studi serta menjadi ruang tumbuh dan berkembang yang menjadikan penulis hingga sampai dititik ini.

4. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, masukan dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Bapak Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Penguji, kritik dan sarannya yang diberikan kepada penulis membuat penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna sehingga perlu terus belajar dan berkembang.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik dan membimbing penulis dalam masa perkuliahan.
10. Kakak penulis, Hani dan Hisyam, yang selalu menguatkan dan turut mendoakan penulis serta sudah sama-sama untuk berjuang di kehidupan yang cukup berat ini.
11. Terkhusus kepada sahabat penulis selama masa perkuliahan, Nicola Adi Saputra, yang telah penulis kenal sejak awal menjadi mahasiswa baru. Terima kasih atas segala kebersamaan yang telah terjalin selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Terima kasih karena selalu menjadi teman belajar, tempat berbagi cerita, berkeluh kesah, serta memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam berbagai situasi, terutama ketika menghadapi kesulitan. Penulis juga sangat menghargai perhatian dan pengorbanan yang diberikan, termasuk kesediaan untuk menunggu proses pengisian KRS agar dapat berada di kelas yang sama pada semester tiga dan empat. Kehadiranmu telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan perkuliahan penulis. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik, serta semoga

kesuksesan dan kebahagiaan senantiasa menyertai langkahmu di mana pun berada.

12. Sekawan Pitu, Aflahchintya Azka Ardhana, Nicola Adi Saputra, Vera Amalia Agtrina Putri, Gianti Cahya Putri Silalahi, Caska Eka Saputra, dan Candra Ari Kusuma. Terima kasih atas setiap momen kebersamaan yang telah dilewati bersama, mulai dari proses belajar di kelas, mengerjakan berbagai tugas perkuliahan, hingga saling mendukung dan menguatkan dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa studi. Kehadiran kalian tidak hanya memberikan semangat, tetapi juga menghadirkan banyak cerita, pengalaman, tawa, dan kenangan yang akan selalu dikenang oleh penulis. Terima kasih karena telah menjadi teman seperjuangan yang senantiasa hadir dalam suka maupun duka selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Semoga persahabatan yang telah terjalin tetap terjaga dengan baik, dan semoga kita semua diberikan kemudahan untuk meraih cita-cita, kesuksesan, serta kebahagiaan di jalan kehidupan masing-masing. Sampai jumpa di puncak kesuksesan kita bersama.
13. 03:01 PM, Bisma, Domi, dan Desak. Sahabat penulis dari masa SMA. Selalu menguatkan dan terima kasih telah menemani setiap proses, baik yang mudah maupun sulit.
14. Saudara serta keluarga besar dari ibu dan bapak penulis.
15. Ganyeng, Verro, Jasmine, Vera, Erika, Fahmi, Rinjani, dan Haikal rekan yang tanpa disengaja mengisi cerita penulis di akhir perkuliahan ini. Terima kasih atas segala dukungan, canda dan juga tawa.
16. Terkhusus kepada Verro dan Erika, sahabat sekaligus rekan seperjuangan yang telah membersamai penulis selama proses penyusunan skripsi, mulai dari tahap awal hingga penyelesaian akhir. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, motivasi, serta semangat yang selalu diberikan di setiap proses yang dilalui. Kehadiran kalian pada masa-masa akhir perkuliahan menjadi bagian yang sangat berarti bagi penulis, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan selama penyusunan skripsi. Terima kasih karena selalu bersedia saling membantu, berbagi informasi, bertukar pikiran, serta menguatkan satu sama lain ketika menghadapi kesulitan. Semoga segala

perjuangan, kerja keras, dan kenangan yang telah dilewati bersama dapat menjadi pengalaman berharga serta membawa kesuksesan bagi kita semua di masa yang akan datang.

17. Putra Putri Kampus UMM, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis yang begitu berharga. Pertemuan yang mungkin berawal dari sebuah kompetisi, tetapi yang tumbuh di antara kita jauh lebih besar dari sekadar gelar atau pencapaian. Dipertemukan oleh mimpi, dibentuk oleh proses, dan dipersatukan oleh kebersamaan. Sampai jumpa di puncak kesuksesan masing-masing. Terima kasih telah menjadi bagian cerita yang akan dikenang abadi.
18. Nexus team, Delia, Ihya dan Nazwa. Tumbuh dari berbagai tantangan, tekanan, dan proses yang kita lalui, COE SCDC. Terima kasih untuk setiap dukungan, kerja sama, tawa, serta semangat yang selalu dihadirkan di tengah perjalanan. Terkhusus juga Ihya, rekan seperjuangan penulis dalam tempat magang yang sama. Semoga kita selalu diberikan kelancaran disetiap jalan kedepan.
19. HIMAKOM UMM, organisasi pertama yang penulis rasakan di masa perkuliahan serta mengubah hidup penulis hingga sejauh ini. Terima kasih telah menjadi wadah penulis dalam belajar dan berkembang.
20. BEM FISIP UMM Kabinet Restorasi, dibalik segala dinamika yang dihadapi, selalu ada semangat untuk terus bergerak, bertumbuh dan memberikan yang terbaik. Terima kasih sudah menjadi cerita di kehidupan penulis.
21. Kelas Ikan atau kelas I, rekan seperjuangan penulis di kala maba semester 1 dan 2. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh cerita, tawa, dan pelajaran berharga.
22. City Guide 911 FM, tempat magang sekaligus tempat penelitian yang menjadi pengalaman berharga penulis. Tempat yang tidak pernah ada dalam mimpi penulis, tetapi harus berjuang didalamnya. Ternyata, sangat amat berkesan. Terima kasih juga orang-orang baik didalamnya telah membantu penulis dalam menyelesaikan magang dan skripsi ini.

23. Rekan-rekan Duta Pemuda Kabupaten Malang, aviators creative, disini aja, solusi? solusi, group halan-halan, party check, smp gang's dan semua grup serta semua yang menjadi teman baik penulis belum bisa tersebut satu persatu terima kasih ya, semoga kalian selalu dikelilingi hal yang baik kedepan.
24. Seseorang yang selalu menjadi inspirasi dan motivasi penulis untuk bekerja keras, tidak mudah menyerah, dan menjadi pribadi yang kuat.
25. *Last but not least*, kepada diri sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika keadaan terasa berat, tetap melangkah meski sering dihantui rasa takut dan ragu. Hidup mungkin tidak selalu mudah, tetapi sejauh ini kamu telah membuktikan. Hebat. Terima kasih untuk setiap air mata yang pernah jatuh dan setiap kegagalan yang pernah dihadapi. Banyak mimpi yang belum tercapai, namun jangan lupa untuk menghargai atas langkah kecil yang berhasil dilewati. Teruslah tumbuh dan belajar. Selamat merayakan!

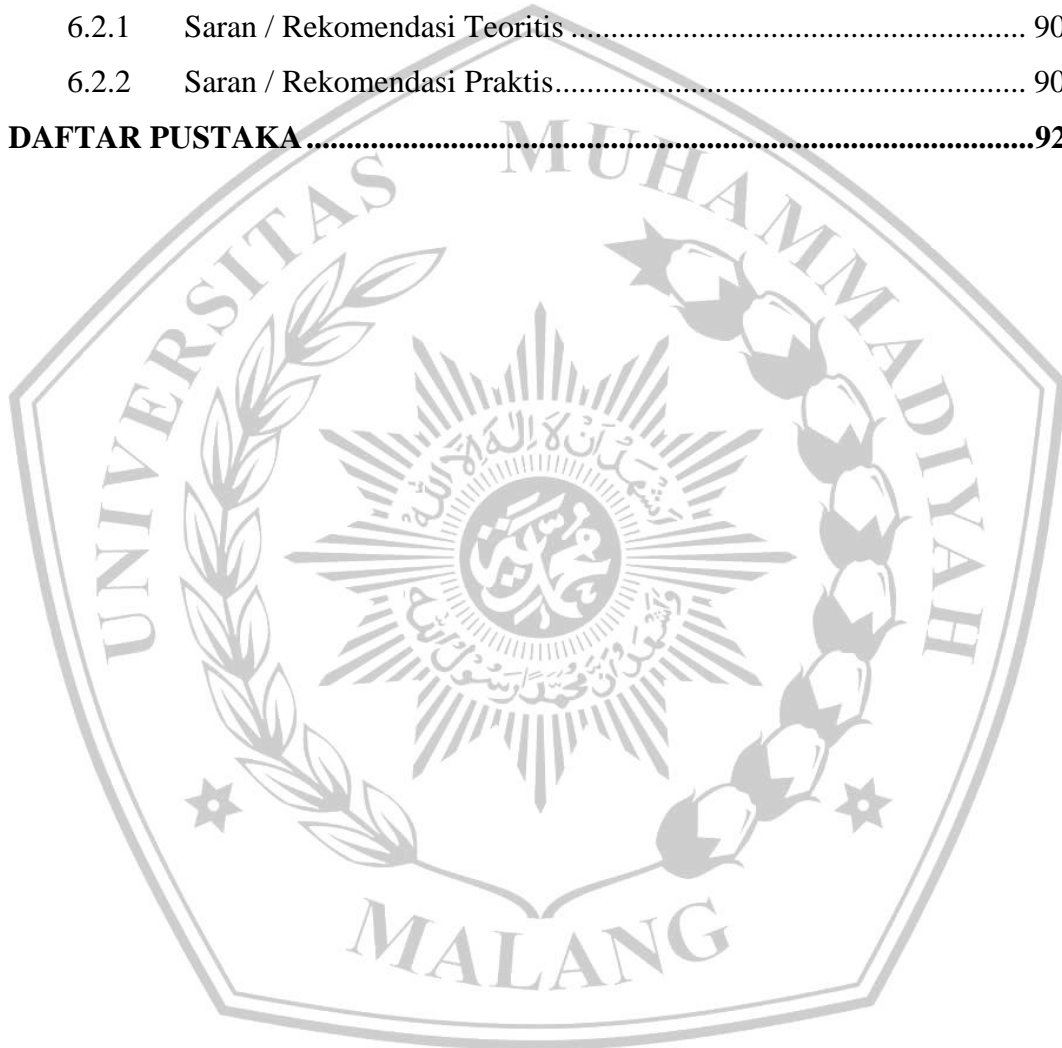
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan digital dan *social media*.

## DAFTAR ISI

<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>viii</b>
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>x</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>BAB I – PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Strategi Pengelolaan Media Sosial.....	11
2.2 Media Sosial sebagai Platform Komunikasi .....	13
2.3 Pengelolaan Media Sosial ( <i>Social Media Management</i> ).....	15
2.4 Konsep The Circular Model of SoMe .....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5.1 (Pradana et al., 2020) .....	21
2.5.2 (Maharani & Ardhanariswar, 2024).....	22

2.5.3	(Azzahra Firdaus & Sufyan Abdurrahman, 2025).....	22
2.5.4	(Aribowo et al., 2025).....	23
2.5.5	(Setyo & Rahmawati, 2025).....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Tipe Penelitian.....	26
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.4	Sumber Data .....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6	Teknik Analisis Data .....	30
3.7	Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
4.1	Gambaran Umum City Guide 911 FM.....	34
4.2	Gambaran Umum Instagram @cityguide911fm .....	35
4.3	Pengelolaan Instagram @cityguide911fm .....	39
4.3.1	Struktur Tim Pengelola .....	39
4.3.2	Proses Perencanaan Konten .....	39
4.3.3	Produksi dan Pengemasan Konten .....	42
4.3.4	Publikasi Konten .....	44
4.3.5	Interaksi dan Manajemen Audiens.....	45
4.3.6	<i>Monitoring</i> dan Evaluasi.....	48
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
5.1	Analisis Strategi Pengelolaan Instagram @cityguide911fm Berdasarkan <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	51
5.1.1	Tahapan <i>Share</i> .....	51
5.1.2	Tahap <i>Optimize</i> .....	57
5.1.3	Tahapan <i>Manage</i> .....	66
5.1.4	Tahapan <i>Engage</i> dalam Membangun Interaksi dan Keterlibatan Audiens 73	
5.2	Pembahasan .....	80
5.2.1	Kesesuaian Implementasi Tahap <i>Share</i> dengan <i>The Circular Model of SoMe</i> 81	

5.2.2	Analisis Dinamika dan Keterbatasan pada Tahap <i>Optimize</i> dan <i>Manage</i>	83
5.2.3	<i>Citizen Journalism</i> sebagai Bentuk <i>Brand Advocate</i> dalam The Circular Model of SoMe .....	85
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>88</b>
6.1	Kesimpulan.....	88
6.2	Saran / Rekomendasi .....	90
6.2.1	Saran / Rekomendasi Teoritis .....	90
6.2.2	Saran / Rekomendasi Praktis.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>92</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	18
Gambar 3. 1 Model Analisis Data Miles, Huberman, dan Saldaña (2014).....	32
Gambar 4. 1 Logo City Guide 911 FM .....	34
Gambar 4. 2 Akun Instagram City Guide 911 FM .....	35
Gambar 4. 3 <i>Content Plan</i> City Guide 911 FM .....	40
Gambar 4. 4 Proses <i>Editing</i> video.....	43
Gambar 4. 5 Interaksi akun City Guide 911 FM di komentar .....	47
Gambar 5. 1 Konten <i>Hard News</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 2 Konten dengan Tema Sejarah Seputar Malang Raya.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Gambar 5. 3 Konten Sejarah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 4 Komentar dari audiens .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 5 Konten Lalu Lintas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 6 Konten <i>Traffic Report</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 7 Konten Rekomendasi Tempat Wisata.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 8 Format Postingan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 9 <i>Content Plan</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 10 Perbandingan <i>Engagement</i> .....	60
Gambar 5. 11 Konten <i>Hard News</i> dengan Insight tertinggi.....	62
Gambar 5. 12 Proses <i>Editing</i> .....	68
Gambar 5. 13 Proses <i>Editing</i> dengan CapCut.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 14 Interaksi DM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 15 Tanggapan Komentar .....	74
Gambar 5. 16 Laporan pengikut instagram.....	75
Gambar 5. 17 Contoh interaksi <i>story</i> instagram.....	76
Gambar 5. 18 Aktivitas Radio di <i>Story</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara.....	95
Lampiran 2 Transkrip Wawancara 1.....	99
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 2.....	108
Lampiran 4 Wawancara Supervisor Social Media.....	114
Lampiran 5 Wawancara Tim Editor akun Instagram City Guide 911 FM .....	115



## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, et al, 2025. (2024). This open-access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC) 4.0 license 106. *Protection: Journal Of Land And Environmental Law*, 2(3), 106–116.
- Anshar, M. (2024). *Transformasi Radio Digital : Tinjauan Teknologi , Konten dan Perilaku Khalayak*. 9(2), 171–180.
- Aribowo, P., Eddy Jusuf, & Undang Juju. (2025). Ilomata International Journal of Social Science. *Ilomata International Journal of Social Science*, 6(1), 376–389.  
[https://www.ilomata.org/index.php/ijss/article/download/1130/579/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ilomata.org/index.php/ijss/article/download/1130/579/?utm_source=chatgpt.com)
- Assifah, A. N., & Riyanto, S. (2026). *Hubungan Unsur Reels Dengan Engagement Sebagai Dasar Strategi Pengelolaan Konten Pada Akun @ PuspenTNI*. 12(2).
- Azzahra Firdaus, N., & Sufyan Abdurrahman, M. (2025). Analisis Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @Putrihijab\_Jawabarat 2024. *E-Proceeding of Management*, 12(3), 1485–1495.
- Davis, jenny L. (2014). Social Media Ερευνητικο Προγραμμα Social Media. In *Media* (Vol. 58, Number 10).  
<https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya.
- ELI SUSANAATI, A. R. Y. Y. (2024). Model Bisnis Radio Siaran Ardan Group Bandung Di Era Konvergensi. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 15.
- Explica. (2024). *Strategi konten media sosial berdasarkan algoritma platform*.  
<https://explica.id/blog/strategi-konten-media-sosial/>
- Hardyputra, D. A., Andryani, K., & Siva, N. (2025). *Social Media Management of Instagram @ Poldajogja by Public Relations of the Regional Police Special Region of Yogyakarta in Improving Image*. 4(1), 165–178.
- Inovasika. (2022). *Strategi konten media sosial agar tidak membosankan*.  
<https://inovasika.com/strategi-konten-media-sosial/>
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399.  
<https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Jati, R. P. (2024). Exploring Private Radio Broadcasting Strategies in the Digital Age. *Path of Science*, 10(6), 10001–10008. <https://doi.org/10.22178/pos.105->

- Kahlow, J. (2024). *The Alchemy of Assessment and Evaluation*. *Mavs Open Press*.  
<https://uta.pressbooks.pub/thealchemy/>
- Kościelniak, H. (2018). Key performance indicators of social media in enterprise management. *Polish Journal of Management Studies*, 18(2), 176–184.  
<https://doi.org/10.17512/pjms.2018.18.2.14>
- Later Media. (n.d.). *Social media strategy: How to build a data-driven plan*. Retrieved <https://later.com/blog/social-media-strategy/>
- Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Maharani, I. A., & Ardhanariswar, K. A. (2024). Content Creator Strategies on Instagram Reels Account @Kumparancom to Boost Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 280–290.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art10>
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis*.
- McKenna, B., Myers, M. D., & Newman, M. (2017). Social media in qualitative research: Challenges and recommendations. *Information and Organization*, 27(2), 87–99. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2017.03.001>
- Nathasya, H. (2024). No TitleEAENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Nur, I., Alfin, L., Riana, P., & Putri, A. (2026). *Literature Review : Strategi Komunikasi Visual dalam Membangun Persepsi Audiens di Media Sosial Instagram*. 7(1), 1–19.
- Patilima, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Prabawanti, I. A. B., & Srikandi, M. B. (2025). Radio dalam Ekosistem Digital: Tinjauan Literatur atas Strategi Konvergensi Media di Lembaga Penyiaran Tradisional. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 155–166.  
<https://doi.org/10.29313/jrjmd.v5i2.8760>
- Pradana, M. R., Hafiar, H., Budiana, H. R., & Padjajaran, U. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi PT Patra Bangun Properti Management of Instagram Social Media as a Communication Media of*. 3(3), 159–177.
- Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). *The circular model of “SOME ” on digital public relations management of Universitas Islam Riau*.

8(2), 216–236.

Sadeli, E. A. S. (2017). *Model Manajemen Bisnis dan Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio di Era Digital dan Revolusi Industri 4.0*. 235–248.

Saputra, T. A., Octaviani, V., & Sm, A. E. (2025). *Instagram Social Media Management Strategy To Enhance Institutional Image : A Case Study Of KP2KP Bintuhan ' s @ pajakbintuhan Account*. 2(2), 237–246.

Setyo, E. D., & Rahmawati, A. (2025). *STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HUMAS PT PLN INDONESIA POWER UBP JABAR 2 PELABUHAN RATU*. 9(5), 222–232.

Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179. <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (27th ed.)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari, Ed.; Edisi Ke-3). Alfabeta.

Uriawan, W., Ijazi, M. S., Arraudy, N. R., Wibowo, O. S. P., & Santoso, R. D. (2026). *A Comparative Analysis of Instagram and TikTok as Islamic da'wah Media in the Digital Era*. <http://arxiv.org/abs/2512.17646>

Wahyuanto, E. (2025). *How Radio Republik Indonesia Innovates and Stays Sustainable in the Digital Age : A Look at Management and Strategy Bagaimana Radio Republik Indonesia Berinovasi dan Tetap Berkelanjutan di Era Digital : Tinjauan Manajemen dan Strategi*. 116–139.

Wijaya, H. D., & Firdaus, D. (2024). *Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Perusahaan Start-Up*. 4, 8033–8043.

Wilantari, A. (2019). Komunikasi Massa Dalam Siaran Radio. *Dharma Duta*, 17(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v17i1.318>

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods*. In Sage Publication. 4(Issue 1).