

202210040311300
Muhammad Ihya Ulumuddin
Prodi Ilmu Komunikasi

**“STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM
MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA
SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.”**

Tugas Akhir

Diajukan Untuk Memenuhi
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Malang



Disusun Oleh:

Muhammad Ihya Ulumuddin
202210040311300

Dosen Pembimbing:

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**“STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM
MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL
MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.”**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD IHYA ULUMUDDIN

202210040311300

Telah disetujui
Rabu, 24 Juni 2026

Pembimbing I



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MUHAMMAD IHYA ULUMUDDIN
202210040311300

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

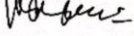

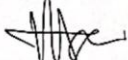
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 24 Juni 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Zen Amirudin, M.Med.Kom ()
2. Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si. ()
3. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

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

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin
No. Induk Mahasiswa : 202210040311300
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM
@CITYGUIDE911FM DALAM MENINGKATKAN
INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL
MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR
MODEL OF SOME.

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

Malang, 4 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom



Kampus I

Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 253 (Hunting)
F. +62 341 460 335






Kampus II

Jl. Gondangan Sutani No 169 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (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

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

	SURAT KETERANGAN			
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2026			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Muhammad Ihya Ulumuddin NIM : 202210040311300 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, 4 Juni 2026			
	Ketua Program Studi			
				
	Novin Farid Styo Wibowo, M.Si			
	<table border="0" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 33%;">Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 436</td><td style="width: 33%;">Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 562 069</td><td style="width: 33%;">Kampus III Jl. Raya Togomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 454 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 436	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 562 069	Kampus III Jl. Raya Togomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 454 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 436	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 562 069	Kampus III Jl. Raya Togomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 454 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.ac.id		

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin

NIM : 202210040311300

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM
MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST
DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.

Disetujui,

Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendungan Sudani No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tigoras No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 664 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin
NIM : 202210040311300
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 :

STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI 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,


ED33AKX543497406
Muhammad Ihya Ulumuddin



Kampus I
Jl. Bاندونغ 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 469 435

Kampus II
Jl. Bاندongan Sutemi No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tingomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin
NIM : 202210040311300

Hasil Plagiasi : $\frac{4}{6} \text{ } \frac{8}{6}$

BAB I	21	19		
BAB II	3			
BAB III	30	23	17	

BAB IV	5			
BAB V	2			
BAB VI	12			

Malang, 8 Juni 2026



Admin Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin
2. NIM : 202210040311300
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
25 Oktober 2025	STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.	
1 November 2025	Pengajuan BAB I-III	
20 November 2025	ACC BAB I-III	
15 Desember 2025	Seminar Proposal	
27 Desember 2025	Pengajuan BAB IV-VI	
10 Maret 2026	ACC Abstrak	
14 Maret 2026	Seminar Hasil	

Malang, 6 Juni 2026
Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn.,
M.Med.Kom



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 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 140 (Hunting)
F: +62 341 562 000

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

BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari: Sabtu, 14 Maret 2026

Pukul: 10.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Muhammad Ihya Ulumuddin
2. NIM : 202210040311300
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : STRATEGI PENGOPTIMALAN INSTAGRAM @CITYGUIDE911FM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI AUDIENS MELALUI PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DENGAN TEORI THE CIRCULAR MODEL OF SOME.
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom
7. Penguji : Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si.

Seminar hasil dilakukan secara daring/ online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan:
<https://us06web.zoom.us/j/88442909576?pwd=7hqJjpYEhjqkb8Pa2WGMDtXRtbiUWb.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 20 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~.

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn.,
M.Med.Kom

Malang, 6 Juni 2026

Dosen Penguji

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

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

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



Kampus I
Jl. Bendung 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. +62 341 562 000

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 DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	UNIVERSITAS
1.	Nazwa Naura	202210040311086	Ilmu Komunikasi	UMM
2.	Mutiara Pasca Nanasya	202210040311106	Ilmu Komunikasi	UMM
3.	Putri Devita Anggraini	202210040311225	Ilmu Komunikasi	UMM
4.	Delia Sagita Fitri	202210040311236	Ilmu Komunikasi	UMM
5.	Harkita Prabaningrum	202210040311268	Ilmu Komunikasi	UMM
6.	Alif Fadhilla	202210040311270	Ilmu Komunikasi	UMM
7.	Yanuar Aziem Adhtya	202210040311275	Ilmu Komunikasi	UMM
8.	Aldika Tiara Salsabilla	202210040311277	Ilmu Komunikasi	UMM
9.	Helmi Annafi	202210040311284	Ilmu Komunikasi	UMM
10.	Bimo Priyo Prakoso	202210040311302	Ilmu Komunikasi	UMM
11.	Ailda Putri Eka Yani	202210040311308	Ilmu Komunikasi	UMM
12.	Nadiazelia Putri Suntara	202210040311312	Ilmu Komunikasi	UMM
13.	Nizam Taufiqulhakim	202210040311390	Ilmu Komunikasi	UMM
14.	Mutiara Nur Utami	202210040311457	Ilmu Komunikasi	UMM
15.	Kagendra Balapradhana	202210040311373	Ilmu Komunikasi	UMM
16.	Agustina Tresnawati	202210040311288	Ilmu Komunikasi	UMM
17.	Siti Anisa Wati	220105020099	Akuntansi	UIN BJM
18.	Nur Aulia Sari	22D30767	Farmasi	Borneo Lestari
29.	Bagus Iman Nurmaradi	2201020352	Ilmu Pemerintahan	UNISKA
20.	Muhammad Arya Syarif	2240502200000911	Gizi	POLTEKES

Malang, 6 Juni 2026
Dosen Pembimbing,

Aditya Dwi Putra Bhakti,
S.Sn., M.Med.Kom



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

Kampus II
Jl. Beandungan Sidiqi No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 266 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

MUHAMMAD IHYA ULUMUDDIN, 202210040311300. Strategi Pengoptimalan Instagram @cityguide911FM Dalam Meningkatkan Interaksi Audiens Melalui Peran Social Media Specialist dengan TEORI The Circular Model of SOME.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan komunikasi digital yang menuntut lembaga media untuk memanfaatkan media sosial secara strategis guna membangun interaksi audiens. Instagram menjadi salah satu platform penting bagi radio lokal dalam mempertahankan relevansi di era digital, termasuk bagi akun Instagram @cityguide911FM sebagai media komunikasi Radio City Guide 911 FM Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengoptimalan Instagram @cityguide911FM dalam meningkatkan interaksi audiens melalui peran Social Media Specialist dengan menggunakan Teori The Circular Model of SOME yang meliputi tahapan Share, Optimize, Manage, dan Engage. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif tipe deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Station Manager dan New Media Manager, serta dokumentasi berupa arsip unggahan dan data insight Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Instagram @cityguide911FM telah berjalan secara sirkular melalui perencanaan konten yang relevan dengan audiens, optimalisasi fitur Instagram, pengelolaan interaksi secara aktif, serta evaluasi performa konten secara berkala. Peran Social Media Specialist menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi strategi komunikasi digital dan meningkatkan keterlibatan audiens. Penerapan The Circular Model of SOME menunjukkan bahwa interaksi audiens tidak hanya menjadi hasil akhir komunikasi, tetapi juga menjadi umpan balik yang memperkuat strategi konten berikutnya. Dengan demikian, strategi pengelolaan Instagram yang terencana dan berkelanjutan mampu meningkatkan interaksi audiens serta memperkuat hubungan antara media radio dan pendengarnya di ruang digital.

Kata Kunci: Strategi Media Sosial, Instagram, Interaksi Audiens, Social Media Specialist, The Circular Model of SOME

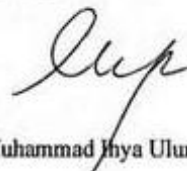
Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Malang, 4 Juni 2026

Peneliti



Muhammad Ihya Ulumuddin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengoptimalan Instagram @cityguide911FM dalam Meningkatkan Interaksi Audiens Melalui Peran Social Media Specialist dengan Teori The Circular Model of SOME”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Kedua orang tua tercinta, Mama dan Abah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta semangat yang tidak pernah putus dalam setiap langkah kehidupan penulis, yang menjadikan motivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan naskah skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Novin Farid Styowibowo, S. Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan penguji seminar hasil penulis yang sudah memberikan banyak masukan dalam naskah penulis.
6. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.

8. Keluarga besar Radio City Guide 911 FM yang telah memberikan kesempatan, pengalaman, serta berbagai informasi yang sangat membantu dalam proses penelitian ini.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, Femas, Ade, Ailda, Alif, Teman-teman Nexus (Nizam, Nazwa, Delia), Teman-teman OurSea (Bimo, Muti, Zahra, Caca), dan lain lain yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi .
10. Rekan-rekan Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, maupun doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya, serta menjadi kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya terkait strategi pengelolaan media sosial dan interaksi audiens.

Malang, 8 Juni 2026

Penulis,



Muhammad Ihya Ulumuddin

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR SURAT PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	iviii
BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR.....	x
LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Media Sosial dalam Perspektif Ilmu Komunikasi	6
2.1.2 Instagram sebagai Platform Komunikasi Visual Digital	10
2.1.3 Konsep Strategi Pengelolaan Media Sosial	16
2.1.4 Konsep Interaksi Audiens di Media Sosial.....	20
2.1.5 The Circular Model of SOME	24
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Penelitian	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian: Kualitatif Deskriptif	33
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.4 Sumber Data Penelitian	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.7 Keabsahan Data.....	38
BAB IV	40
GAMBARAN UMUM	40
4.1 Sejarah & Profil Radio City Guide 911 FM.....	40
4.2 Program City Guide 911 FM.....	42
4.3 City Guide APPS & Visual Radio	45
4.4 Social Media Radio City Guide 911 FM.....	46
BAB V	49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1 Hasil Penelitian	49
5.1.1 Pengelolaan Instagram @cityguide911fm.....	49
5.1.2 Strategi Share dalam Pengelolaan Instagram @cityguide911fm	55
5.1.3 Strategi Optimize dalam Pengelolaan Instagram @cityguide911fm.....	59
5.1.4 Strategi Manage dalam Pengelolaan Interaksi Audiens	64
5.1.5 Strategi Engage dalam Evaluasi dan Pelibatan Audiens	68
5.2 Pembahasan.....	77
5.2.1 Analisis Strategi Pengoptimalan Instagram Berdasarkan Circular Model of SOME..	77
5.2.2 Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Interaksi Audiens	82
5.2.3 Interaksi Audiens sebagai Proses Komunikasi Sirkular	83
5.2.4 Diskusi Temuan Penelitian dengan Teori The Circular Model of SOME.....	84
5.2.5 Hambatan Strategi Pengoptimalan Instagram @cityguide911fm	85
BAB VI.....	88
PENUTUP.....	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran dan Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka penelitian	30
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi City Guide 911 FM	36
Gambar 4. 1 Logo City Guide 911 FM	40
Gambar 4. 2 Kegiatan On Air City Guide 911 FM	42
Gambar 4. 3 Tampilan City Guide Apps & Visual Radio	45
Gambar 4. 4 Social Media City Guide 911 FM	46
Gambar 5. 1 Instagram City Guide 911 FM.....	49
Gambar 5. 2 Poster sambutan untuk New Media Manager per 2026	51
Gambar 5. 3 Content plan mingguan City Guide 911 FM.....	52
Gambar 5. 4 Format konten yang paling banyak menjangkau audience luas.....	52
Gambar 5. 5 Data insight menunjukkan bahwa mayoritas audience instagram City Guide.....	56
Gambar 5. 6 Lampiran konten-konten Instagram City Guide 911 FM.....	57
Gambar 5. 7 Lampiran konten-konten Instagram City Guide 911 FM.....	58
Gambar 5. 8 Lampiran konten-konten Instagram City Guide 911 FM.....	58
Gambar 5. 9 Data insight menunjukkan reels dapat menjangkau potensi yang lebih luas.....	60
Gambar 5. 10 Lampiran konten-konten reels menunjukkan lebih banyak interaksi.	61
Gambar 5. 11 konten-konten Malang-Raya memiliki jangkauan penonton yang tinggi	61
Gambar 5. 12 Konte-konten hardnews menjadi kategori dengan interaksi paling tinggi.....	62
Gambar 5. 13 Salah satu konten hardnews dengan insight tinggi.....	63
Gambar 5. 14 Contoh interaksi 2 arah antara audience dan City Guide FM	65
Gambar 5. 15 Konten untuk mengkritisi seputar perlintasn KA yang rusak	66
Gambar 5. 16 Update mengenai progress tersebut ke instagram.....	67
Gambar 5. 17 Analisis berdasarkan website NotJustAnalytics.....	69
Gambar 5. 18 Analisis berdasarkan website NotJustAnalytics.....	70
Gambar 5. 19 Konten-konten yang merupakan bahan dari siaran on- air itu sendiri.	71
Gambar 5. 20 Pertumbuhan followers pada Februari 2026 mengalami peningkatan pesat.....	74
Gambar 5. 21 Tahapan produksi Instagram City Guide 911 FM	74
Gambar lampiran 1. Wawancara bersama station assistant manager.....	99
Gambar lampiran 2. Wawancara bersama New Media Manager	99

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, E., Putri, N., Widodo, A., Raya, J., & Widodo@ds, A. (2024). AUDIENCE ENGAGEMENT IN SUPPORTING INFLUENCER WORK ON INSTAGRAM KETERLIBATAN AUDIENS DALAM Mendukung Karya Influencer Di Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 17–33. <http://netnografiikom.org/index.php/netnografi>
- Ananda. (2024). *ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP JUMLAH PASIEN DI SYAMIL DENTAL CARE MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT*.
- Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024). *Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam Sebagai Alat Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat*.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). *The future of social media in marketing*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Ariawan, A. (2023). *Bisnis dalam Era Digital: Menggali Konsep dan Prinsip Dasar*.
- Armeilia Siagian, A., Faraz Muzayana, A., Fadhillah, Z., Regina Febrianti, F., & Dinata, R. S. (2025). *Manajemen Kinerja di ERA Digital: Dari Absensi Ke Analisis Data*. 02(03).
- Campagnoli, R. R., Krutman, L., Vargas, C. D., Lobo, I., Oliveira, J. M., Oliveira, L., Pereira, M. G., David, I. A., & Volchan, E. (2015). Preparing to caress: A neural signature of social bonding. *Frontiers in Psychology*, 6(JAN). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00016>
- Darwin, M. (2020). Pengaruh Strategi Communication Dalam Brand Advocacy Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(2), 375–396. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/482%0Ahttps://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/482/174>
- Dermawan, D., Putri, B., Rahayu, H. D., Purwanti, E., Dan, B., Islam, K., Islam, U., Sultan, N., & Hasanuddin Banten, M. (2025). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara Studi Kualitatif Tentang Implementasi Teori Komunikasi Massa Dalam Kehidupan Mahasiswa Era Digital Qualitative Study On The Implementation Of Mass Communication Theory In The Life Of Students In The Digital Era*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Dessart, L. (2017). Social media engagement: a model of antecedents and relational outcomes. *Journal of Marketing Management*, 33, 1–25. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1302975>
- Fadhilah, J. (2025). *Gaya Komunikasi Content Creator Dalam*.
- Fahrimal, Y., Studi, P., Komunikasi, I., Umar, T., Peunyareng, J. A., Barat, A., & Aceh, P. (2018). *Netiquette: Etika Jaring Sosial Generasi... Yuhdi Fahrimal NETIQUETTE*:

*ETIKA JEJARING SOSIAL GENERASI MILENIAL DALAM MEDIA SOSIAL
NETIQUETTE: THE ETHICS OF MILLENNIAL-GENERATION SOCIAL NETWORKS
IN SOCIAL MEDIA.*

- Fajarini, D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025). Transisi Media Tradisional Ke Media Digital: Studi Kasus Pada Media Lokal Di Bengkulu. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 551–568. <https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1216>
- Fatimah, S. (2025). Transformasi Ruang Publik Digital: Tantangan Sosial dan Konstitusional dalam Demokrasi Era Media Baru. *Cakrawala*, 19(1), 67–86. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v19i1.785>
- Hidayat, C. S. S., Hidayat, A. M., Widodo, A., & Rubiyanti, N. (2025). The Influence of User-Generated Content (UGC) on Generation Z Purchase Decisions on E-Commerce Platforms. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(6), 1537–1552. <https://doi.org/10.55927/fjas.v4i6.161>
- Irwan, M., & Misidawati, D. N. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI. In *Journal Media Public Relations* (Vol. 1, Issue 1).
- Jatayu, A., Kinanthi, L., & Akalili, A. (2024). Dinamika respons audiens digital di media sosial x terhadap kampanye diversitas & inklusivitas sebagai brand activism skin game. In *Awanis Akalili) Lektur : Jurnal Ilmu Komunikasi. ISSN* (Vol. 7, Issue 2).
- Josua, V., & Gaol, L. (n.d.). *Perkembangan Media Massa dan Dampaknya terhadap Perubahan Sosial di Masyarakat Perkotaan*.
- Katerina, M., Meliala, R. M., & Susanto, T. T. (2025). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PT MENARA INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPUS GRATIS 1**.
- Likuallo, A., Lempan, N., Musu, W., Piu, S., Erna, A., Khaddafi, M., & Studi Sistem Informasi, P. (2024). *Pengaruh Caption dan Teks Terhadap Interaksi Pengguna di Instagram: Studi Eksperimen Regresi Linear*.
- M Syarif Taufiq Hidayatullah, & Fitria Nur 'Aini. (2025). KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KOMUNITAS TRANSPORTASI: STUDI POLA INTERAKSI ANTARA BISMANIA DAN PERUSAHAAN OTOBUS DI FACEBOOK. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(5), 157–166. <https://doi.org/10.69714/9pa3n316>
- Merliani, N. N., Mangantar, M., & Arie, F. V. (2021). ANALISIS CELEBRITY ENDORSER DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO) CELEBRITY ENDORSER ANALYSIS IN ATTRACTING CONSUMER PURCHASE INTEREST ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USERS (CASE STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF SAM RATULANGI MANADO). *412 Jurnal EMBA*, 9(2), 412–418.

- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Nugrani, S. S., Tri, R., Pranata, H., & Cholagi, F. F. (2025). Analisis Konten Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Cinemagenda (@Linikini_Id). *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(02), 199–214. <https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i2.5387>
- Nur Azizah, M., & Banowo, E. (2021). Motif Penggunaan Media Podcast Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Followers Instagram @Raditya_Dika. *BroadComm*, 3(1), 58–67. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v3i1.219>
- Nurhamidin, B., Mokodenseho, S., Mokodompit, H., Bahansubu, A., & Rumondor, P. (2025). TRANSFORMASI OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL, ANALISIS SOSIOLOGIS TERHADAP PERGESERAN POLA OTORITAS ULAMA DI MEDIA SOSIAL. In *Al-Muqaddimah* (Vol. 1, Issue 1).
- Nurrahmah, N., Zuriana, C., Iskandar, D., Sanusi, S., Armia, A., & Idham, M. (2024). Opini Publik terhadap Debat Capres 2024: Analisis Sentimen dalam Komentar Live Youtube KPU RI. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 13(2), 472. <https://doi.org/10.26499/rnh.v13i2.6063>
- Pauley, P., & Emmers-Sommer, T. M. (2007). *Introduction to computer-mediated communication: A functional approach*. In T. M. Emmers-Sommer (Ed.), *Computer-mediated communication* (pp. 1-24). Hampton Press.
- Ricky, M., Rasyid, R., & Alamsyah, E. (2024). PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PUBLIK MELALUI KOLABORASI DAN KONEKSI @KERETAAPIKITA. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(2), 489–498. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i2.218>
- Siti Fatima, & Mad Sa'i. (2025). Strategi Komunikasi dengan Pendekatan Audience-Centered dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan pada Sharing Session Bingkis Ramadhan di Pamekasan, Madura. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1215–1228. <https://doi.org/10.63822/bmx7ba23>
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). AUDIENS SEBAGAI GATEKEEPER PADA MEDIA SOSIAL. *Desember*, 7(2), 179–192.
- Susana, E., Rachmiatie, A., & Yuniati, Y. (2024). MODEL BISNIS RADIO SIARAN ARDAN GROUP BANDUNG DI ERA KONVERGENSI. *Jurnal Soshum Insentif* |, 7(2). <https://doi.org/10.36787/jsi.v7i2.1719>
- Susanto, E. H. (2017). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDUKUNG JARINGAN KOMUNIKASI POLITIK*.

Tyas, D. L., Djoko Budiyanto, A., & Santoso, A. J. (2015). Pengaruh Kekuatan Media Sosial dalam Pengembangan Kesenjangan Digital. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 2407–7658. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji>

Wahyudi, R., Anshar, M., Alauddin Makassar, U., & Majene, S. (2024). SHOUTIKA: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah KONSEP DAN EFEK INTERAKSI DIGITAL KHALAYAK DI MEDIA SOSIAL. *SHOUTIKA*, 4(2), 2024. <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika>

Yodiansyah, H., Artuti, S., Dewi, E., & Kurniadi, D. (2025). Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR) KONVERGENSI MEDIA DIGITAL: TINJAUAN KRITIS DAN IMPLEMENTASINYA DALAM KOMUNIKASI MASSA KONTEMPORER DIGITAL MEDIA CONVERGENCE: A CRITICAL REVIEW AND ITS IMPLEMENTATION IN CONTEMPORARY MASS COMMUNICATION. In *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)* (Vol. 4, Issue 1). <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>

