

Strategi Komunikasi Wepose Sebagai Komunitas Peduli Anak Melalui Media Sosial Instagram

¹Afina Dwiyanti, ²Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, ³Wahyu Kuncoro
^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Afinadwiyaniti6@gmail.com

Abstrak

Anak merupakan aset masa depan bangsa yang memerlukan perhatian dan perlindungan khusus, terutama anak dari kelompok marginal yang seringkali tidak mendapatkan hak dasarnya, termasuk hak atas pendidikan. Menyadari hal tersebut, Wepose hadir sebagai komunitas peduli anak yang memberikan pendampingan dan edukasi kepada anak-anak kelompok marginal melalui kegiatan yang dibagikan di Instagram. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Wepose sebagai komunitas peduli anak melalui akun Instagram @wepose.surabaya untuk menarik partisipasi dan dukungan publik terhadap gerakan sosial mereka. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan model komunikasi Two-Way Symmetrical, yang memungkinkan interaksi dua arah antara Wepose dan khalayak. Strategi komunikasi yang dianalisis mencakup pengenalan khalayak, penyusunan pesan, metode penyampaian, sifat konten (informatif, edukatif, dan persuasif), pemilihan media, dan hambatan yang dihadapi. Data diperoleh melalui wawancara dengan tim Wepose dan analisis konten Instagram mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi Wepose efektif dalam menyampaikan pesan melalui konten informatif, edukatif, dan persuasif. Wepose juga berkolaborasi dengan influencer dan komunitas lain untuk menjangkau audiens lebih luas. Kendala seperti keterbatasan sumber daya dan ide kreatif berhasil diatasi dengan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan.

Kata kunci: strategi komunikasi, wepose, instagram, konten, komunikasi dua arah

Abstrak

Children are the future assets of the nation that require special attention and protection, especially children from marginalized groups who often do not get their basic rights, including the right to education. Realizing this, Wepose is present as a child-care community that provides assistance and education to marginalized children through activities shared on Instagram. This study aims to analyze Wepose's communication strategy as a child-care community through the Instagram account @wepose.surabaya to attract public participation and support for their social movement. The approach used is descriptive qualitative with the Two-Way Symmetrical communication model, which allows two-way interaction between Wepose and the audience. The communication strategies analyzed include audience recognition, message preparation, delivery methods, content nature (informative, educational, and persuasive), media selection, and obstacles faced. Data was obtained through interviews with the Wepose team and analysis of their Instagram content. The results show that Wepose's strategy is effective in conveying messages through informative, educational, and persuasive content. Wepose also collaborates with influencers and other communities to reach a wider audience. Obstacles such as limited resources and creative ideas were successfully overcome through continuous evaluation and improvement.

Keyword : communication strategy, wepose, instagram, content, two way communication.

Pendahuluan

Anak-anak merupakan aset masa depan bangsa yang perlu mendapatkan perhatian dan perlindungan khusus. Masa anak – anak adalah periode kritis dalam perkembangan fisik, mental, dan sosial, yang akan menentukan masa depan mereka. Pendidikan merupakan hal yang penting bagi setiap anak. Namun tidak semua anak beruntung dalam hal pendidikan, ada beberapa anak yang mungkin tidak bisa mengenyam di bangku pendidikan karena keterbatasan ekonomi atau kondisi sosial keluarga. Anak kelompok marginal seperti anak jalanan dan anak terlantar merupakan salah satu contoh kelompok anak yang tidak dapat terpenuhi haknya, mereka seringkali dipaksa untuk bekerja agar dapat menghidupi dirinya dan keluarga. padahal anak usia tersebut seharusnya berada di bangku sekolah untuk belajar (Belia, T., 2023).

Wepose merupakan salah satu komunitas peduli anak Surabaya hadir untuk memberikan sebuah pendampingan dan edukasi kepada anak-anak kelompok marginal. Komunitas ini terbentuk atas dasar kepedulian terhadap situasi anak-anak yang berada dalam kondisi rentan, terutama mereka yang kurang terjangkau oleh layanan pemerintah. Komunitas ini bertujuan untuk menjadi platform bagi generasi muda dari berbagai latar belakang di Surabaya yang dapat mendukung gerakan sosial, selain berfokus pada anak-anak dari kelompok yang kurang terwakili. "Kami Berbeda Tapi Satu Tujuan" disingkat menjadi "Wepose." Akronim yang merupakan singkatan dari "We are Different But One Purpose" ini juga mencerminkan visi dan misi Wepose. Wepose komunitas peduli anak Surabaya di dirikan oleh Tabitha Naema Christy yang prihatin terhadap banyaknya fenomena anak dari kelompok marginal yang masih belum mendapatkan hak – haknya. Komunitas ini berdiri pada 24 Oktober 2019.

Instagram menjadi alat untuk menyampaikan informasi dan membangun kesadaran masyarakat. Akun instagram wepose hadir sebagai inisiatif untuk mengedukasi masyarakat tentang isu- isu yang dihadapi oleh anak – anak di Surabaya dan mendorong partisipasi aktif dalam mendukung program yang ada di wepose. Strategi komunikasi yang menggunakan media sosial instagram dapat menjadi salah satu media penghubung antara komunikator dengan komunikan. Hal ini sudah biasa dilakukan oleh banyak komunitas sosial.

Landasan teori pada penelitian ini menggunakan teori *two – way symmetrical*. Dalam konteks strategi komunikasi media sosial instagram dalam akun @wepose.surabaya menerapkan model *Two- Way Symmetrical Communication* yang dapat membangun komunikasi yang interaktif melalui berbagai fitur instagram. Akun @wepose.surabaya memanfaatkan fitur instagram seperti kolom komentar, pesan langsung, dan sesi tanya jawab di instagram story. Dengan menggunakan pendekatan ini akun @wepose. Surabaya tidak hanya menyampaikan informasi mengenai komunitas peduli anak. Tetapi juga menerima masukan dan tanggapan dari audiensnya. Tak hanya itu penelitian ini juga menggunakan strategi komunikasi sebagai landasan konseptual agar mengetahui proses komunikasi melalui pesan yang disampaikan. Dalam strategi komunikasi terdapat beberapa cara yakni mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, menyampaikan pesan informatif, edukatif, persuasif, pemilihan media yang tepat dan mengetahui hambatan dalam proses komunikasi.

Strategi komunikasi digunakan mengkaji mengenai bagaimana strategi yang dilakukan Wepose pada konten- konten @wepose. Objek yang dikaji atau di analisis yaitu konten – konten mengenai strategi mereka untuk mengajak masyarakat peduli terhadap anak terutama pada anak kelompok marginal. Wepose sebagai subjeknya dan strategi komunikasi digunakan untuk mengetahui seperti apa peran instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, konten seperti apa yang dibuat oleh wepose agar masyarakat tertarik dan lebih peduli kepada hak anak kelompok marginal.

Penelitian terkait strategi komunikasi sudah cukup banyak, namun pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai refrensi yakni penelitian (Listianingrum et al., 2021). Pada penelitian tersebut Listianingrum et.al. hanya meneliti terkait penyampaian informasi secara jelas dan mudah dipahami, sedangkan penelitian yang penulis teliti adalah bagaimana strategi komunikasi melalui instagram dapat membentuk emosional dan pasrtisipasi aktif khalayak dengan pesan konten yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga persuasif.

Penelitian ini akan membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan wepose di Instagram @wepose dalam memperkenalkan komunitas peduli anak Surabaya dan agar masyarakat juga lebih peduli kepada hak anak dari kelompok marginal yang belum terpenuhi seperti tertarik mengikuti komunitas peduli anak tersebut. Dengan alasan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk memberi judul penelitian ini dengan “ Strategi Komunikasi Wepose sebagai Komunitas Peduli Anak Melalui Media Sosial Instagram.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan permasalahan secara sistematis dan akurat. Fokus penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh Wepose sebuah komunitas peduli anak melalui media sosial. Data primer penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber yang memiliki relevansi langsung terhadap kegiatan komunikasi komunitas, yaitu Founder, Human Reseource Development serta tim Media Wepose. Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder sebagai penunjang. Data sekunder diperoleh dari artikel berita dan media sosial instagram @wepose.surabaya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Adapun teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Selain itu untuk memastikan keabsahandata yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas Wepose sebagai komunitas peduli anak melalui media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, observasi, serta wawancara mendalam dengan pihak – pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Lokasi utama penelitian ini adalah taman baca Wepose yang merupakan salah satu pusat kegiatan komunitas tersebut. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan terhadap akun instagram Wepose guna mengetahui bagaimana komunitas membangun komunikasi dan interaksi dengan khalayaknya di ranah digital. Sebagai dasar analisis, penelitian ini mengacu pada teori *Two – Way Symmetrical communication* dan konsep strategi komunikasi yang digunakan untuk mamahami secara mendalam pola dan pendekatan komunikasi yang dijalankan oleh Wepose dalam menyampaikan pesan serta memperluas jangkauan pesan mereka di media sosial instagram.

Dalam pembahasan ini, peneliti menyoroti berbagai aspek yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Temuan dari hasil wawancara dengan tiga informan utama memberikan gambaran yang cukup komprehensif mengenai bagaimana Wepose menyusun dan menjalankan strategi komunikasinya. Informasi yang diperoleh dari wawancara tersebut kemudian di analisis dan dikelompokkan

berdasarkan kategori masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, sehingga memudahkan dalam menarik kesimpulan serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi komunikasi komunitas ke depannya. Berikut hasil penemuan peneliti. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Wepose sebagai komunitas sosial yang bergerak pada kepedulian anak, menggunakan model teori komunikasi *Two Way Symmetrical* untuk menempatkan interaksi dan keterlibatan khalayak sebagai elemen utama dalam strategi komunikasi di media sosial. Sebagai sebuah komunitas Wepose tidak hanya menyampaikan pesan secara satu arah, tetapi juga aktif membuka ruang komunikasi dengan khalayak melalui fitur instagram. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang seimbang, partisipatif, dan responsif, dimana masukan dari khalayak tidak hanya di dengar tetapi juga dijadikan bahan evaluasi dan dasar dalam pengambilan keputusan terkait program kepedulian anak. Selain itu, pendekatan ini juga dapat memperkuat engagement dan loyalitas khalayak kepada Wepose.

Penelitian ini juga menemukan bahwa sasaran khalayak utama konten instagram Wepose menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap segmentasi audiens yang menjadi sasaran khalayak utama, yaitu pemuda yang memiliki rasa kepedulian terhadap isu – isu anak. pemahaman ini diwujudkan melalui strategi komunikasi yang bersifat personal dan interaktif, melalui media sosial instagram. Dengan pendekatan tersebut, Wepose mampu membangun keterlibatan khalayak secara aktif melalui partisipasi mereka dalam berbagi konten dan tema yang diusung. Terlihat dari caption yang disertakan dalam salah satu postingan mereka, “ Anak – anak memang punya rasa ingin tahu tinggi, tapi bagaimana cara kita membimbingnya?”. Pertanyaan tersebut tidak hanya menarik perhatian khalayak, tetapi juga menunjukkan bahwa konten tersebut dirancang untuk mengajak orang tua dan pemuda berpikir serta terlibat aktif dalam proses pendampingan anak, khususnya dalam hal literasi. Melalui penyajian konten yang informatif, relevan, dan menarik, Wepose berhasil memperkenalkan komunitas peduli anak kepada publik serta memperkuat identitas Wepose sebagai komunitas peduli anak.

Dalam menyusun pesan penelitian ini mengungkap bahwa Wepose menggunakan strategi komunikasi yang menekankan pada konten, yang dirancang melalui content plan atau penyusunan tahapan konten. Dalam pelaksanaannya, Wepose memilih untuk menggunakan pendekatan berbentuk konten edukatif dan informatif. Pilihan ini didasarkan pada karakteristik pengikut akun instagram @wepose.surabaya yang lebih responsif terhadap jenis konten tersebut. Selain itu, untuk membangun hubungan emosional dengan khalayak, Wepose juga memproduksi konten yang persuasif, seperti dokumentasi aktivitas kegiatan Wepose dengan anak – anak. Strategi ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa interaksi emosional yang dibangun dengan pendekatan empati mampu meningkatkan efektivitas komunikasi sebuah komunitas. Wepose tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga berupaya membangun keterikatan emosional yang lebih dalam dengan khalayak atau pengikut media sosial terutama pada akun instagram @wepose.surabaya

Tak hanya itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa metode yang digunakan oleh Wepose dalam memperkenalkan komunitas adalah menggunakan metode kolaborasi dengan influencer dan komunitas lain. Metode ini dinilai sudah sesuai dengan kebutuhan Wepose, meskipun mereka masih dalam pengembangan lebih lanjut mengenai metode apa yang cocok dengan memperkenalkan komunitas peduli anak. Kolaborasi dengan influencer memberikan dampak positif, dimana para pengikut instagram influencer menjadi mengetahui keberadaan komunitas Wepose peduli anak. Dengan demikian, metode kolaborasi cukup terbukti efektif dalam memperkenalkan komunitas kepada masyarakat khususnya kalangan pemuda. Selain itu kolaborasi ini juga membuka peluang jaringan yang lebih luas bagi keberlanjutan komunitas. Metode ini juga berpotensi untuk terus digunakan dalam kegiatan promosi atau penguatan citra komunitas secara berkelanjutan. Wepose menggunakan konten informatif yang merupakan salah satu strategi komunikasi Wepose dalam memperkenalkan komunitas peduli anak. Wepose membuat konten informatif mengenai kegiatan Wepose bersama kelompok anak marginal dan isu sosial, terkait kondisi salah satu sekolah dasar di Surabaya yang membutuhkan bantuan renovasi. konten informasi tersebut dibuat karena mempunyai tujuan untuk mempermudah pengguna instagram jika ingin mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Wepose. Tak hanya itu, konten tersebut dibuat juga agar masyarakat lebih peduli terhadap isu – isu anak.

Wepose juga membuat konten persuasif dengan tujuan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagi kegiatan yang diselenggarakan oleh Wepose. Melalui pendekatan komunikasi yang menarik dan ajakan yang meyakinkan, Wepose berupaya membangun keterlibatan khalayak serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya partisipasi dalam kegiatan sosial wepose. Melalui media sosial instagram Wepose telah berhasil mempengaruhi khalayak sasaran. Keberhasilan tersebut terlihat dari meningkatnya minat masyarakat, khususnya dari kalangan pemuda yang secara aktif menunjukkan ketertarikan untuk bergabung sebagai relawan atau volunteer dalam kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh Wepose. Partisipasi tersebut bukan hanya menjadi bentuk keterlibatan langsung dari khalayak, tetapi juga menjadi indikator bahwa pesan- pesan yang disampaikan telah mampu mendorong kesadaran dan tindakan nyata khalayak. hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Wepose melalui media sosial berjalan secara efektif dalam menjangkau, mempengaruhi dan mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam isu-isu sosial, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan dan pemberdayaan anak.

Selain itu, jenis konten yang dibuat oleh Wepose salah satunya adalah konten edukatif. Konten edukatif ini memberikan tujuan mengedukasi khalayak terkait isu – isu yang dihadapi oleh anak melalui konten media sosial instagram akun @wepose.surabaya. Hasil pengamatan media sosial instagram @wepose.surabaya yang dilakukan oleh peneliti membuahkan sebuah fakta bahwa konten edukatif yang sering dibuat oleh Wepose adalah konten sosial dan emosional anak mengenai pentingnya kesehatan mental anak. Konten edukatif Wepose lainnya adalah konten terkait bagaimana anak harus beretika dan konten terkait isu- isu anak yang kini sedang rame di media sosial. Konten – konten edukatif tersebut tidak hanya ditayangkan sebagai informasi visual di media sosial, tetapi juga secara langsung diterapkan dalam kegiatan yang dilakukan oleh Wepose bersama anak – anak yang mereka dampingi yaitu anak kelompok marginal. Pembuatan konten edukatif ini merupakan bagian dari strategi komunikasi Wepose dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memperhatikan perkembangan anak.

Melalui konten tersebut, masyarakat mendapatkan wawasan mengenai pola asuh anak yang tepat serta pentingnya mendampingi anak dalam setiap tahap tumbuh kembang mereka. Dalam menyebarkan informasi Wepose menggunakan media sosial utama yang dipakai adalah instagram. Instagram dipilih Wepose sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dikarenakan sasaran khayak utama Wepose adalah pemuda pada rentang usia 18- 25 tahun. Konten reels di instagram akun Wepose berhasil memperoleh jumlah tayangan mencapai 10rb view. Capaian tersebut mencerminkan efektivitas instagram sebagai media sosial dalam menyampaikan informasi secara luas kepada khalayak. seperti yang disampaikan oleh tim Wepose instagram merupakan media yang relevan dan strategis dalam menyebarluaskan pesan serta nilai – nilai yang diusung oleh sebuah komunitas, termasuk Wepose sebagai komunitas yang berfokus pada kepedulian anak.

Wepose sebagai komunitas yang menggunakan media sosial instagram sebagai media penyampaian pesan, pastinya pernah mengalami berbagai hambatan dalam proses komunikasi atau penyampaian pesan terhadap khalayak. Hambatan pertama terletak pada aspek manajerial sebelum terbentuknya tim media yang khusus menangani pengelolaan media sosial. Tidak adanya struktur tim yang jelas menyebabkan arah pengelolaan media sosial menjadi kurang terarah dan berjalan tidak optimal. Penyampaian pesan dan interaksi khalayak menjadi terbatas dan tidak mampu mencapai tujuan komunikasi yang telah diterapkan. Hambatan yang kedua mengenai aspek kreatif, yaitu kurangnya ide atau gagasan dalam proses perencanaan dan produksi konten. Minimnya inspirasi dalam menciptakan konten yang relevan, menarik dan sesuai dengan kebutuhan target khalayak mengakibatkan stagnasi dalam kegiatan produksi konten. Kekurangan ide ini tidak hanya berdampak pada frekuensi unggahan konten, tetapi juga pada kualitas dan daya tarik dari konten itu sendiri. Kedua hambatan tersebut saling berkaitan dan menciptakan tantangan kompleks dalam produksi konten Wepose. Tanpa manajemen tim yang baik dan sumber ide yang cukup, strategi komunikasi di media sosial sulit berjalan efektif. Diperlukan strategi komunikasi penyampaian pesan yang tepat agar konten dapat diproduksi secara konsisten, kreatif, dan selaras dengan tujuan komunitas atau organisasi.

Penutup

Strategi komunikasi Wepose sebagai komunitas peduli anak melalui media sosial Instagram menggunakan beberapa strategi komunikasi dan teori two-way symmetrical agar komunikasi yang dilakukan efektif. Dalam penerapan strategi komunikasi, terdapat beberapa unsur penting yang harus diperhatikan, antara lain mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, pesan informatif, persuasif, edukatif, pemilihan media dan hambatan. Dalam strategi komunikasi ini komunitas Wepose berhasil memperkenalkan eksistensinya sebagai komunitas peduli anak kepada masyarakat luas melalui penerapan strategi komunikasi yang terstruktur dan efektif. Keberhasilan Wepose dalam menjangkau khalayak utamanya yakni pemuda yang peduli terhadap isu anak. ditunjukan melalui penyusunan pesan yang sistematis, serta pemilihan media instagram yang relevan.

Dalam upaya memperkenalkan diri sebagai komunitas peduli anak, Wepose memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan pesan- pesan kepada khalayak. Pemilihan media Instagram dinilai efektif karena platform ini mampu menjangkau khalayak yang luas serta mendorong terciptanya interaksi yang positif antara komunitas dan khalayak. Meskipun menghadapi hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia pada awal pembentukan komunitas dan kreativitas konten. Wepose mampu mengatasi tantangan tersebut melalui evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan kapasitas adaptif Wepose dalam mengelola komunikasi digital secara strategis. Dengan demikian penerapan strategi komunikasi yang terstruktur serta didukung oleh pemanfaatan media sosial yang tepat, menjadikan Wepose mampu memperkuat identitas sebagai komunitas peduli anak.

Daftar Pustaka

- Belia, T., & Wisnu Setiawan, S. T. (2023). *Marginal Children Community School: Alternative Education For Marginal Child with Behaviour Architecture In Serang City* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Global Eksekutif Teknologi

- Listianingrum, R., Poerana, A. F., & Arindawati, W. A. (2021). Strategi Komunikasi melalui Media Instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11-23.
- Rahmi, D. A. (2023). Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Dan Reputasi Organisasi: Tinjauan Teoritis Dan Praktis.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Yahya, S. R., & Muthmainnah, A. N. (2024, July). STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM@KAMPUNGLALIGADGET UNTUK MEMPERKENALKAN PERMAINAN TRADISIONAL. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)* (Vol. 2, No. 2, Juli, pp. 294-300).