

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI ACT (AKSI CEPAT TANGGAP)
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN MINAT DONATUR PADA PROGRAM
GLOBAL WAKAF**

Muhamad Agung Nurfadilah Ma'ruf

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi komunikasi ACT (Aksi cepat Tanggap) Yogyakarta di media sosial *Instagram* dalam meningkatkan minat donatur pada program Global Wakaf. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode wawancara terstruktur. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan bagian *marketing communication* dari ACT DIY. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data mengenai strategi komunikasi ACT DIY di media sosial *Instagram* dalam meningkatkan minat donatur pada program Global Wakaf menunjukkan hasil cukup baik. Dalam perumusan strategi komunikasi, ACT DIY memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi kepada masyarakat luas dengan salah satu media sosial yang digunakan adalah melalui media sosial *Instagram*. Sementara untuk proses implementasi strategi komunikasi di media sosial *instagram*, ACT DIY menggunakan strategi *social media maintenance* dan *social media endorsement*. Dan pada proses evaluasi strategi komunikasi yang dijalankan oleh ACT DIY melalui *Instagram*, dapat disimpulkan bahwa hasilnya sudah cukup baik dengan adanya bukti pertambahan jumlah donasi yang masuk pada setiap periode. Keadaan tersebut juga sejalan dengan data *insight* milik akun *Instagram @act_diy* yang sudah banyak terdapat kesesuaian antara target yang telah ditetapkan oleh ACT DIY dengan hasil yang didapatkan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Media sosial Instagram, Minat Donatur, Global Wakaf.*

 8/9 '21

STRATEGY ANALYSIS OF COMMUNICATIONS IN ACT (AKSI CEPAT TANGGAP) SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN INCREASING DONOR'S INTEREST IN THE GLOBAL WAKAF PROGRAM

Muhamad Agung Nurfadilah Ma'ruf

Abstract

This study was conducted with the aim of knowing and analyzing the formulation, implementation, and evaluation of ACT (Aksi Cepat Tanggap) Yogyakarta communication strategy on Instagram social media in increasing donor interest in the Global Waqf program. The type of research used by the author is descriptive qualitative using a structured interview method. Respondents in this study were employees of the marketing communications department of ACT DIY. Based on the results of interviews and data analysis regarding ACT DIY's communication strategy on Instagram social media in increasing donor interest in the Global Waqf program, the results are quite good. In formulating communication strategies, ACT DIY utilizes social media as a means of communication to the wider community with one of the social media used is Instagram social media. Meanwhile, for the process of implementing communication strategies on Instagram social media, ACT DIY uses social media maintenance and social media endorsement strategies. And in the process of evaluating the communication strategy carried out by ACT DIY through Instagram, it can be concluded that the results are quite good with evidence of an increase in the number of donations that come in each period. This situation is also in line with the insight data belonging to the Instagram account @act_diy which has a lot of compatibility between the targets set by ACT DIY and the results obtained.

Keywords: *Communication Strategy, Instagram Social Media, Donor Interest, Global Waqf.*