

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi pengelolaan konten yang diterapkan oleh akun Instagram @bdgbookparty dalam upaya meningkatkan *engagement* atau keterlibatan audiens. Akun ini merupakan representasi komunitas literasi Bandung yang secara konsisten mempromosikan budaya membaca melalui konten digital kreatif. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena persaingan konten media sosial yang semakin ketat, di mana komunitas literasi perlu menemukan strategi komunikasi digital yang tepat agar tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses pengelolaan konten yang dilakukan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun dan anggota tim kreatif, observasi langsung pada kegiatan komunitas, serta dokumentasi berbagai bentuk konten yang dipublikasikan. Analisis data dilakukan secara interaktif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @bdgbookparty menerapkan strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dengan segmentasi audiens pada kalangan muda berusia remaja hingga dewasa awal yang memiliki ketertarikan pada pengembangan diri dan literasi. *Targeting* difokuskan pada komunitas pembaca aktif, pelajar, mahasiswa, serta pecinta literasi yang aktif di media sosial. *Positioning* dibangun sebagai komunitas literasi yang modern, kreatif, dan inklusif, dengan mengedepankan nuansa santai namun tetap edukatif.

Jenis konten yang dikelola meliputi ulasan buku, kutipan inspiratif, dokumentasi kegiatan komunitas, hingga konten hiburan berbasis literasi. Seluruh konten dikemas secara visual menarik dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *reels*, *stories*, *carousel*, dan *live streaming*. Strategi *visual branding* yang konsisten, penjadwalan unggahan yang teratur, dan interaksi aktif melalui balasan komentar serta pesan langsung terbukti menjadi faktor signifikan dalam membangun *engagement*. Meskipun terjadi fluktuasi pada tingkat interaksi, konsistensi pengelolaan konten yang relevan dengan minat audiens membantu mempertahankan eksistensi komunitas di tengah persaingan media sosial. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian strategi komunikasi digital berbasis komunitas literasi, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola komunitas sejenis untuk mengoptimalkan media sosial sebagai ruang membangun komunikasi, kolaborasi, dan partisipasi publik.

Kata Kunci: Strategi Konten, Instagram, *Engagement*, STP.

ABSTRACT

This study aims to examine in-depth the content management strategies implemented by the Instagram account @bdgbookparty to increase audience engagement. This account represents the Bandung literacy community, consistently promoting reading culture through creative digital content. The background of this research is based on the phenomenon of increasingly fierce competition for social media content, which requires the literacy community to find appropriate digital communication strategies to remain relevant and reach a wider audience. The study used qualitative methods with a case study design, allowing researchers to gain a deep understanding of the content management process. Data were collected through in-depth interviews with account managers and creative team members, direct observation of community activities, and documentation of various forms of published content. Data analysis was conducted interactively through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results indicate that @bdgbookparty implements an STP (Segmenting, Targeting, Positioning) strategy, targeting audiences among young people aged between adolescence and early adulthood who are interested in self-development and literacy. Targeting focused on communities of active readers, students, and literacy enthusiasts active on social media. The site's positioning is built as a modern, creative, and inclusive literacy community, prioritizing a relaxed yet educational atmosphere.

The content types managed include book reviews, inspirational quotes, documentation of community activities, and literacy-based entertainment content. All content is presented in a visually appealing manner, utilizing Instagram features like reels, stories, carousels, and live streaming. A consistent visual branding strategy, regular posting schedules, and active interaction through comments and direct messages have proven to be significant factors in building engagement. Despite fluctuations in interaction levels, consistent content management relevant to audience interests helps maintain the community's presence amidst the competitive landscape of social media. The findings of this study provide theoretical contributions to the development of literacy community-based digital communication strategies and offer practical recommendations for managers of similar communities to optimize social media as a space for building communication, collaboration, and public participation.

Keywords: Content Strategy, Instagram, Engagement, STP.