

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Yayasan Solidaritas Aksi Peduli Foundation melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan kepedulian sosial mahasiswa Universitas Malikussaleh pada korban banjir di Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Analisa penelitian didasarkan pada model komunikasi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Pentingnya strategi komunikasi digital dalam menyampaikan pesan-pesan kemanusiaan di tengah bencana banjir Aceh tahun 2025–2026 serta perlunya membangun kepedulian sosial mahasiswa sebagai generasi muda yang memiliki potensi besar dalam aksi kemanusiaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan Solidaritas Aksi Peduli Foundation menerapkan strategi komunikasi berbasis AISAS secara efektif. Pada tahap attention, Yayasan Solidaritas Aksi Peduli Foundation menarik audiens melalui isu yang sedang berkembang, format visual, algoritma instagram serta pesan yang etis. Tahap interest ditunjukkan dengan penyampaian informasi yang aktual, transparan, dan humanis sehingga mampu membangun empati. Selanjutnya, mahasiswa melakukan pencarian informasi (search) terlihat dari upaya mahasiswa mencari informasi lebih lanjut mengenai kegiatan, donasi, dan kerelawanan melalui fitur Instagram seperti highlight, kolom komentar dan direct message. Tahap action ditunjukkan melalui keterlibatan mahasiswa sebagai relawan, donatur, serta partisipasi dalam kegiatan kemanusiaan sedangkan pada tahap share, mahasiswa membagikan kembali informasi dan pengalaman mereka melalui media sosial sehingga memperluas penyebaran pesan kemanusiaan. Strategi tersebut mampu membangun kepercayaan dan meningkatkan kepedulian sosial mahasiswa dalam aksi kemanusiaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi Model AISAS dapat diterapkan dalam menganalisis komunikasi kemanusiaan melalui media sosial Instagram.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Model AISAS, Instagram, Kepedulian Sosial, Komunikasi Kemanusiaan, YSAP Foundation.

ABSTRACT

The results show that YSAP Foundation effectively implemented an AISAS-based communication strategy. In the attention stage, YSAP Foundation attracted audiences through current issues, carousel content formats, Instagram algorithms, and ethical messaging. The interest stage was demonstrated through the delivery of akmyal, transparent, and human-centered information that built audience empathy. Furthermore, students conducted information searches (search) by seeking additional information about activities, donations, and volunteer opportunities through Instagram features such as highlights, comment sections, and direct messages. The action stage was reflected through student involvement as volunteers, donors, and participants in humanitarian activities, while the share stage was demonstrated through students' efforts to repost information and share their experiences on social media, thereby expanding the reach of humanitarian messages. These strategies successfully built students' trust and increased their social awareness in humanitarian actions. This study demonstrates that the integration of the AISAS Model concept can be applied to analyze humanitarian communication through Instagram social media.

Keywords: Communication Strategy, AISAS Model, Instagram, Social Awareness, Humanitarian Communication, YSAP Foundation.