

ABSTRAK

Nama : Viola Zalikha Salsabila

NIM : 44320010062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Strategi Promosi Pro 2 Fm Rri (Radio Republik Indonesia) Jakarta Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan *Audiences Engagement* Di Tahun 2024.

Pembimbing : Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si

Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang efektif untuk berinteraksi dengan audiens, khususnya di kalangan Gen Z. Pro 2 FM sebagai bagian dari Radio Republik Indonesia dalam menghadapi tantangan melakukan strategi promosi untuk meningkatkan *Audiences Engagement*. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi strategi promosi Pro 2 FM RRI Jakarta melalui media Instagram dalam meningkatkan *Audiences Engagement* pada tahun 2024.

Paradigma penelitian ini adalah menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan teknik pemeriksaan keabsahan data melalui metode triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi promosi yang tepat di Instagram, seperti konten interaktif, dan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti *Stories* dan *Reels*, dapat meningkatkan *Audiences Engagement*.

Kesimpulannya adalah bahwa Implementasi Strategi Promosi Pro 2 Fm Rri (Radio Republik Indonesia) Jakarta Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan *Audiences Engagement* Di Tahun 2024 berhasil meningkatkan *Audiences Engagement*. keberhasilan strategi promosi di media sosial sangat bergantung pada pemahaman mendalam tentang preferensi dan perilaku audiens target. Dengan demikian, Pro 2 FM RRI Jakarta dapat memperluas *Audiences Engagement* melalui platform *Instagram*.

Kata kunci: *Strategi Promosi, Instagram, Audiences Engagement, Pro 2 FM, RRI Jakarta.*

ABSTRACT

Name : Viola Zalikha Salsabila

NIM : 44320010062

Study Program : Field of Communication

Title Thesis Report : Implementation of the Pro 2 FM RRI (Radio Republik Indonesia) Jakarta Promotion Strategy through Instagram Media to Increase Audience Engagement in 2024.

Advisor : Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si

In today's digital era, social media is an effective tool to interact with audiences, especially among Gen Z. Pro 2 FM as part of Radio Republik Indonesia in facing the challenge of carrying out promotional strategies to increase Audiences Engagement. The purpose of this study is to analyze the implementation of RRI Jakarta's Pro 2 FM promotion strategy through Instagram media in increasing Audiences Engagement in 2024.

The paradigm of this research is to use the constructivism paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews and data validity examination techniques through the source triangulation method. The results of the study show that the use of the right promotion strategies on Instagram, such as interactive content, and the use of Instagram features such as Stories and Reels, can increase audience engagement.

The conclusion is that the implementation of the Pro 2 Fm Rri (Radio Republik Indonesia) Jakarta Promotion Strategy through Instagram Media to Increase Audiences Engagement in 2024 has succeeded in increasing Audience Engagement. The success of a promotional strategy on social media relies heavily on a deep understanding of the preferences and behaviors of the target audience. Thus, Pro 2 FM RRI Jakarta can expand Audiences Engagement through the Instagram platform.

Keywords : *Promotion Strategy, Instagram, Audiences Engagement, Pro 2 FM, RRI Jakarta.*