



**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI PRO 2 FM RRI  
(RADIO REPUBLIK INDONESIA) JAKARTA MELALUI  
MEDIA INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN  
*AUDIENCES ENGAGEMENT* DI TAHUN 2024**

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Ilmu Komunikasi

**VIOLA ZALIKHA SALSABILA**

**44320010062**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

### HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viola Zalikha Salsabila

Nim : 44320010062

Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

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

Menyatakan bahwa Laporan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus 2024



Viola Zalikha Salsabila

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Viola Zalikha Salsabila  
NIM : 44320010062  
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Judul Laporan Tugas Akhir : Implementasi Strategi Promosi Pro 2 FM RRI (Radio Republik Indonesia) Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan *Audiences Engagement* Di Tahun 2024.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing I : Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si  
NIDK : 8941650022  
Ketua Penguji : Dr. S.M. Niken Restaty, M.Si  
NIDN : 0319027201  
Penguji Ahli : Martina Shalaty Putri Pane, M.Si  
NIDN : 0305038703

Jakarta, 15 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viola Zalikha Salsabila  
NIM : 44320010062  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Tugas Akhir : Implementasi Strategi Promosi Pro 2 FM RRI (Radio Republik Indonesia) Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan *Audiences Engagement* Di Tahun 2024.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Agustus 2024



Viola Zalikha Salsabila

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT., Tuhan semesta alam, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, peneliti mendapatkan nikmat hidup, kesehatan, serta wawasan sehingga memberi peneliti kekuatan dan petunjuk untuk menyelesaikan proposal tugas akhir kualitatif ini.

Proposal tugas akhir yang berjudul “Implementasi Strategi Promosi Pro 2 FM RRI (Radio Republik Indonesia) Jakarta Melalui Media Instagram Untuk Meningkatkan Audiences Engagement Di Tahun 2024” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa tenaga, pikiran, maupun doa kepada peneliti dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, ilmu, pikiran, dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal tugas akhir ini.
2. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si, selaku dosen mata kuliah riset komunikasi yang telah memberikan waktu, tenaga, ilmu, pikiran, dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya Program Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran yang baik kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Keluarga besar terutama orang tua, Papa Afuan dan Mama Retno Ujiati, Abang Reza Ridwansyah Salami, Kakak Ita dan Keluarga Mama May

yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, dan kasih sayang tanpa henti yang sangat membantu dalam penyelesaian proposal tugas akhir ini.

7. Mahasiswa Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana angkatan 2020 yang telah bersama-sama menjalani kegiatan perkuliahan dalam keadaan suka maupun duka.
8. Teman-teman SMA, Magang, Kerja, Organisasi dan juga semua orang yang terlibat dengan sengaja maupun tidak sengaja karena telah menemani dalam perjalanan hingga saat ini.
9. Seluruh narasumber, Ibu Ade, Pak Aden, Kak Nida, Kak Desi yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi selama pengerjaan penelitian ini.
10. *Last, but not least, I want to thank me. I want to thank me for believing in me. I want to thank me for doing all this hard work. I want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for just being me at all times. And I'm appreciate for my self.*

Peneliti menyadari bahwa meski proposal tugas akhir ini telah disusun secara maksimal, namun proposal tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan sarannya. Akhir kata, semoga proposal tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Juli 2024

Viola Zalikha Salsabila  
44320010062

## DAFTAR ISI

<b>LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	19
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital.....	25
2.2.4 Strategi Pemasaran .....	27
2.2.5 Segmentasi .....	27



2.2.4 Targeting.....	29
2.2.5 Positioning .....	30
2.2.6 Strategi Promosi.....	31
2.2.7 <i>Instagram</i> Sebagai Media Promosi.....	36
2.2.8 Audiences Engagement .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian .....	45
3.3 Subyek Penelitian .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1 Data Primer .....	47
3.4.2 Data Sekunder .....	48
3.5 Teknik Analisis Data .....	48
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan.....	50
4.1.2 Profil Pro 2 FM.....	52
4.1.3 Profil Divisi.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Segmentasi.....	55
4.2.2 Targeting.....	55
4.2.3 Positioning.....	55
4.2.4 Pendapat Informan Penetapan Tujuan Periklanan (Mission).....	56
4.2.5 Pendapat Informan Mengenai Menetapkan Anggaran Periklanan ( <i>money</i> ) .....	57
4.2.6 Pendapat Informan Mengenai Menentukan Pesan Periklanan ( <i>massage</i> ) .....	58
4.2.7 Pendapat Informan Mengenai Memilih Media Periklanan (Media).....	59



4.2.8	Pendapat Informan Mengenai Mengevaluasi periklanan ( <i>measurement</i> ) .....	61
4.2.9	Pendapat Informan Mengenai Implementasi Promosi di Instagram Pro 2 FM RRI Jakarta .....	62
4.3	Pembahasan .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>72</b>
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran .....	73
5.2.1	Saran Akademis .....	73
5.2.2	Saran Praktis .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>77</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabel 3.3.1 Subyek Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.3.1 Pembahasan .....</b>	<b>70</b>



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Aplikasi RRI Digital .....	2
Gambar 2.2.2.1 Tools Integrated Marketing Communication.....	18
Gambar 4.1.1 Struktur Organisasi .....	52
Gambar 4.1.3.1 Angga.....	46
Gambar 4.1.3.2 Ivone, Oza, Rizky, Zahra, Sheila, Angga, Ayu, Desi, Fajar dan Febby.....	47
Gambar 4.1.3.3 Rizky.....	48
Gambar 4.3.1 Instagram stories.....	57
Gambar 4.3.2 Instagram stories.....	58
Gambar 4.3.3 Instagram stories.....	59
Gambar 4.3.4 Instagram stories.....	59
Gambar 4.3.5 Highlights.....	60
Gambar 4.3.6 Reels instagram.....	61
Gambar 4.3.7 Instagram @pro2jak tahun 2023.....	62
Gambar 4.3.8 Instagram @pro2fmjkt tahun 2024.....	62