

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Strategi Sosial Media *Marketing* Oz Radio Bandung Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Sosial Media *Marketing* di Akun Instagram). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran media sosial yang digunakan oleh Oz Radio melalui akun Instagram mereka dengan menggunakan teori (CMC) *Computed Mediated Communication* yang menjelaskan bahwa CMC merupakan proses komunikasi manusia melalui computer, melibatkan seseorang, terletak dalam konteks tertentu, dan terlibat dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan. Proses ini terdiri dari lima tahapan yaitu *participations, openness, conversation, community* dan *connectedness*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi terhadap konten-konten yang diposting oleh Oz Radio di Instagram serta wawancara dengan informan media sosial mereka, dan melakukan dokumentasi wawancara informan. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi strategi *social* media yang digunakan oleh Oz Radio dalam mempromosikan konten mereka dan bagaimana teori *Computed Mediated Communication* diterapkan dalam konteks strategi pemasaran mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif oleh stasiun radio seperti Oz Radio.

Kata Kunci: Sosial Media *Marketing*, Instagram, Radio

ABSTRACT

This thesis is entitled Oz Radio Bandung's Social Media Marketing Strategy Through Instagram Accounts (Qualitative Descriptive Study of Social Media Marketing on Instagram Accounts). This research aims to determine the social media marketing strategy used by Oz Radio through their Instagram account using the Computed Mediated Communication (CMC) theory which explains that CMC is a process of human communication via computer, involving a person, located in a certain context, and involved in the process. form media for various purposes. This process consists of five stages, namely participations, openness, conversation, community and connectedness. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through observation of content posted by Oz Radio on Instagram as well as interviews with their social media informants, and documenting informant interviews. Data analysis was carried out by identifying the social media strategies used by Oz Radio in promoting their content and how the Computed Mediated Communication theory was applied in the context of their marketing strategy. It is hoped that the results of this research will provide a deeper understanding of how social media, especially Instagram, is used as an effective marketing tool by radio stations such as Oz Radio.

Keywords: Social Media Marketing, Instagram, Radio

RINGKESAN

Skripsi ieu dijudulan Strategi Pemasaran Media Sosial Oz Radio Bandung Ngaliwatan Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pemasaran Media Sosial dina Akun Instagram). Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nangtukeun stratégi pamasaran média sosial anu digunakeun ku Oz Radio ngaliwatan akun Instagram maranéhanana ngagunakeun téori Computed Mediated Communication (CMC) anu nétélakeun yén CMC téh mangrupa prosés komunikasi manusa ngaliwatan komputer, ngalibetkeun hiji jalma, ayana dina kontéks anu tangtu, jeung aub dina prosés ngawangun média pikeun rupa-rupa kaperluan. Prosés ieu diwangun ku lima tahapan, nya éta partisipasi, kabuka, paguneman, komunitas, jeung konektipitas. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta pendekatan kualitatif kalawan téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi eusi nu dipostingkeun ku Radio Oz di Instagram ogé wawancara jeung informan média sosial maranéhanana, sarta ngadokumentasikeun wawancara informan. Analisis data dilaksanakeun ku cara ngaidentifikasi strategi média sosial anu dianggo ku Oz Radio dina ngamajukeun konténna sareng kumaha téori Computed Mediated Communication diterapkeun dina kontéks strategi pamaranna. Hasil tina ieu panalungtikan dipiharep bisa méré pamahaman anu leuwih jero ngeunaan kumaha média sosial hususna Instagram dipaké salaku alat pamasaran anu éféktif ku stasiun radio saperti Oz Radio.

Kata Kunci: Pemasaran Média Sosial, Instagram, Radio