

Ami Anisah. 190531100156. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. **Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Radio Sonora Surabaya.**
Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* Radio Sonora Surabaya. Di era media digital saat ini tentunya sebuah perusahaan mempunyai strategi tertentu untuk mempertahankan popularitas dan bisa lebih dikenal oleh masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Sonora Surabaya dalam membangun *brand awareness* menggunakan beberapa strategi berupa program yang dilakukan pada media sosial instagram mereka yakni, (1) penguatan program acara berbasis komunitas, (2) penguatan event off air berbasis kepedulian dan (3) penguatan sosial media berbasis viral konten. Dalam menggunakan strategi tersebut, pemanfaatan instagram dalam meningkatkan *brand awareness* dinilai cukup berhasil karena adanya peningkatan dalam jumlah pendengar maupun *followers* instagram serta tingkat daya jual promo dan branding radio dikalangan UMKM dan komunitas semakin bertambah.

Kata Kunci: *Radio, Brand Awareness, Media Sosial Instagram*

Ami Anisah. 190531100156. Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences. Trunojoyo University, Madura. **Using Instagram to Increase Brand Awareness of Radio Sonora Surabaya.**

Advisor: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si.

ABSTRACT

This research aims to find out how Instagram is used to increase *brand awareness* of Radio Sonora Surabaya. In the current era of digital media, of course a company has certain strategies to maintain its popularity and become better known to the public.

This research uses descriptive qualitative methods with data collections techniques using observation. Interviews and documentation. The selection of informants was carried out using a purposive sampling technique. The data analysis technique uses the Miles & Huberman technique by reducing data, presenting data and drawing conclusions. The data validity technique uses source triangulation.

The results of the research show that Radio Sonora Surabaya in building brand awareness uses several strategies in the form of programs carried out on their Instagram social media, namely, (1) strengthening community-based event programs, (2) strengthening awareness-based off-air event and (3) strengthening social media based on viral content. In using this strategy, the use of Instagram to increase *brand awareness* is considered quite successful because there is an increase in the number of Instagram listeners and *followers* as well as the level of selling power of radio promos and branding among UMKM and communities is increasing.

Keywords: *Radio, Brands Awareness, Instagram Sosial Media.*