

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PROGRAM SIARAN *RADIO GERONIMO* 106.1 FM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Septia Raka Ananda/21.96.2789

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PROGRAM SIARAN *RADIO GERONIMO* 106.1 FM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Septia Raka Ananda/21.96.2789

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PROGRAM SIARAN *RADIO GERONIMO* 1061 FM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Septia Raka Ananda
21.96.2789

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

04 AGUSTUS 2025

Dosen Pembimbing,



Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 190302486

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PROGRAM SIARAN *RADIO GERONIMO* 1061 FM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Septia Raka Ananda
21.96.2789

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom

NIK. 190302485

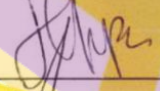
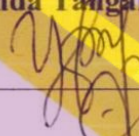
Rufki Ade Vinanda S.I.Kom, M.A

NIK. 190302657

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
04 Agustus 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi sebagai penulis.

Yogyakarta, 27 Juni 2025



Septia Raka Ananda
NIM. 21.96.2789

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

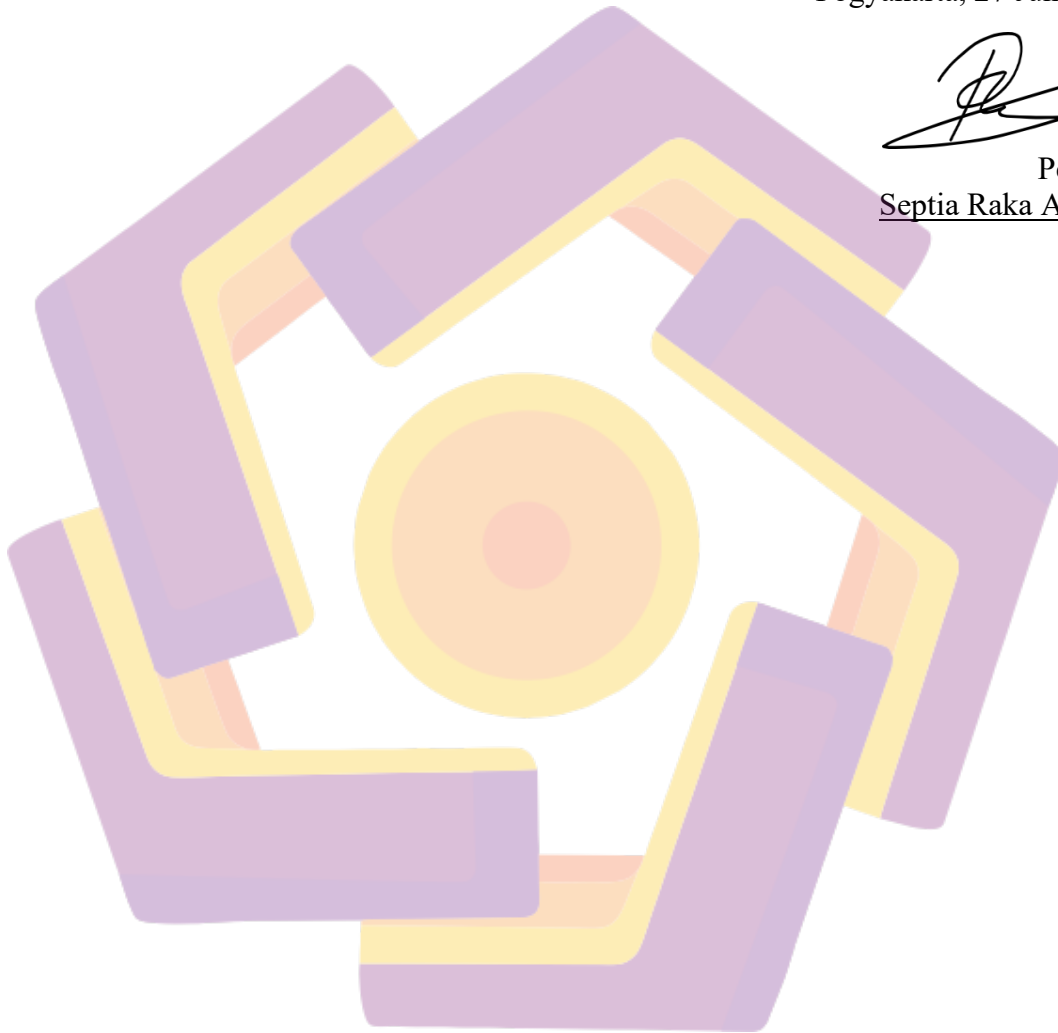
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M. Eng (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan penelitian ini. Segala perhatian dan dukungan beliau menjadi bagian penting dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Semoga segala ilmu dan bimbingan yang diberikan menjadi amal kebaikan yang terus mengalir.
5. Ibu Yulinda Elristyarini, S.IKom., M.Med.Kom, selaku dosen penguji 1
6. Ibu Rufki Ade Vinanda S.I.Kom, M.A selaku dosen penguji 2
7. PT *Radio Geronimo* (Pihak instansi/objek penelitian)
8. Ibu Helly Barniati, orang tua yang saya kasihi, dengan ketulusan dan kesabaran tak pernah henti memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan moril dan materiil dalam setiap langkah penulis. Semangat dan keteguhan Ibu menjadi sumber kekuatan utama dalam menyelesaikan studi ini.
9. (alm.) Bapak yang saya kasihi, meskipun telah berpulang ke surga, senantiasa hadir dalam setiap doa dan menjadi inspirasi yang tak tergantikan dalam hidup penulis. Semoga amal ibadah beliau diterima di sisi Tuhan Yang Maha Esa, dan setiap pencapaian ini menjadi bagian dari kabar yang membahagiakan untuk beliau.

10. Teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi, khususnya angkatan 21 dan Clara Novena yang telah menjadi tempat bertukar pikiran, berbagi semangat, serta memberikan dukungan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
11. Eman Aditya, Tarista Sutanti dan Renata Kalyana, selaku informan sebagai salah satu sumber dalam memperoleh data penelitian saya.

Yogyakarta, 27 Juni 2025



Penulis,
Septia Raka Ananda



HALAMAN MOTTO

*"Kita adalah pameran, Dari ribuan kegagalan, Etalase kepalsuan
Tanpa jiwa dan kebahagiaan"*

“BARASUARA – ETALASE”

*"Di antara pusaran nirfungsi, Petakan semua lagi, titik tuju yang t'lah terpatri,
Melamban bukanlah hal yang tabu, Kadang itu yang kau butuh
bersandar hibahkan bebanmu."*

“PERUNGGU – 33X”

*"What you see is what you will get, Stop thinking too much
Now, start your step."*

“JENNY – DANCE SONG”

*"Berjalan tak seperti rencana, Adalah jalan yang sudah biasa
Dan jalan satu-satunya, Jalani sebaik-baiknya."*

“FSTVLST – GAS”

"I'll take a quiet life, a handshake of carbon monoxide."

“RADIOHEAD – NO SURPRISES”

"Don't stop me now, I'm having such a good time, I'm having a ball."

“QUEEN – DON'T STOP ME NOW”

*"Kita hidup di bawah tujuh langit, dunia, Kan berputar pada porosnya
Kita semua, Dituliskan takdirnya, Langit berhias gemintang, bintang
Bertukar pandangan, Manusia, Debu dalam semesta."*

“BARASUARA – MANUSIA (SUMARAH)”

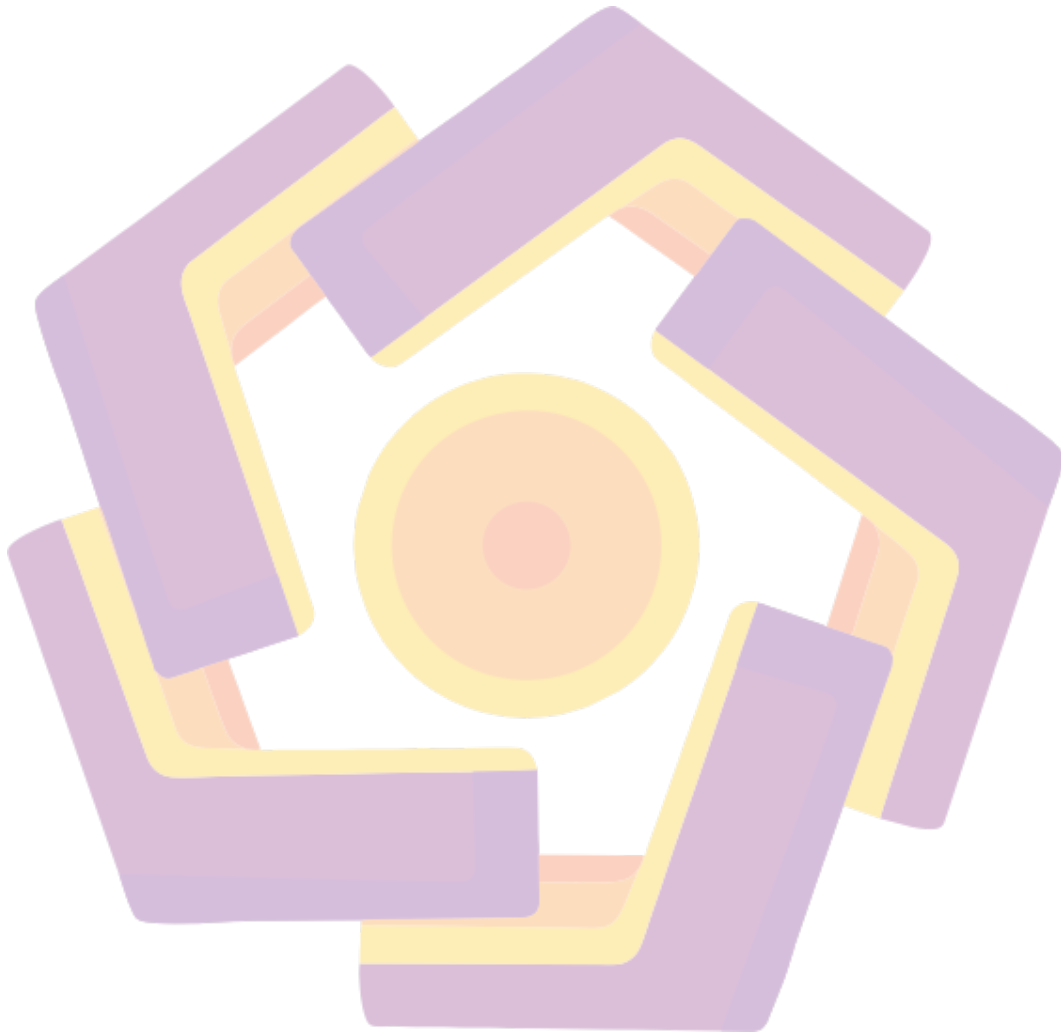
DAFTAR ISI

COVER	I
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Akademis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Kerangka Konsep	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Metode Penelitian	15
3.2 Paradigma Penelitian	15
3.3 Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	16
3.4.1 Subjek penelitian	16
3.4.2 Objek penelitian.....	16
3.5 Sumber Data.....	16
3.6 Teknik Pengambilan Data	18
3.7 Teknik Analisis Data.....	19
3.7.1 Reduksi Data.....	19
3.7.2 Penyajian Data	19
3.7.3 Penarikan Kesimpulan.....	19

3.8 Uji Keabsahan Data	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
4.1 Hasil Penelitian.....	21
4.1.1 Profil Perusahaan	22
4.2 Deskripsi Informan Penelitian	23
4.2.1 Profil Eman Aditya.....	24
4.2.2 Profil Tarista Sutanti.....	24
4.2.3 Profil Renata Kalyana.....	24
4.3 Analisis Hasil Penelitian	25
4.3.1 Membangun <i>Brand Positioning</i> Sebagai Radio Yang Responsif.....	28
4.3.2 Elemen Visual Sebagai Transformasi dari Audio ke Multimedia	40
4.3.3 Pembentukan <i>Brand Personality</i> Sebagai Adaptasi Keberagaman Bahasa	50
4.3.4 Membangun Komunitas Melalui Pendekatan Personal	55
4.4 Pembahasan	67
4.5 Analisis Teori Kesempurnaan Media dalam Konteks Media Sosial	69
4.5.1 Analisis Indikator Kecepatan Umpan Balik	70
4.5.2 Integrasi Beragam Isyarat Komunikasi	71
4.5.3 Adaptasi Keberagaman Bahasa	72
4.5.4 Personalisasi Pesan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Bagi <i>Radio Geronimo</i>	75
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	76
5.2.3 Bagi Akademisi dan Praktisi Komunikasi.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77

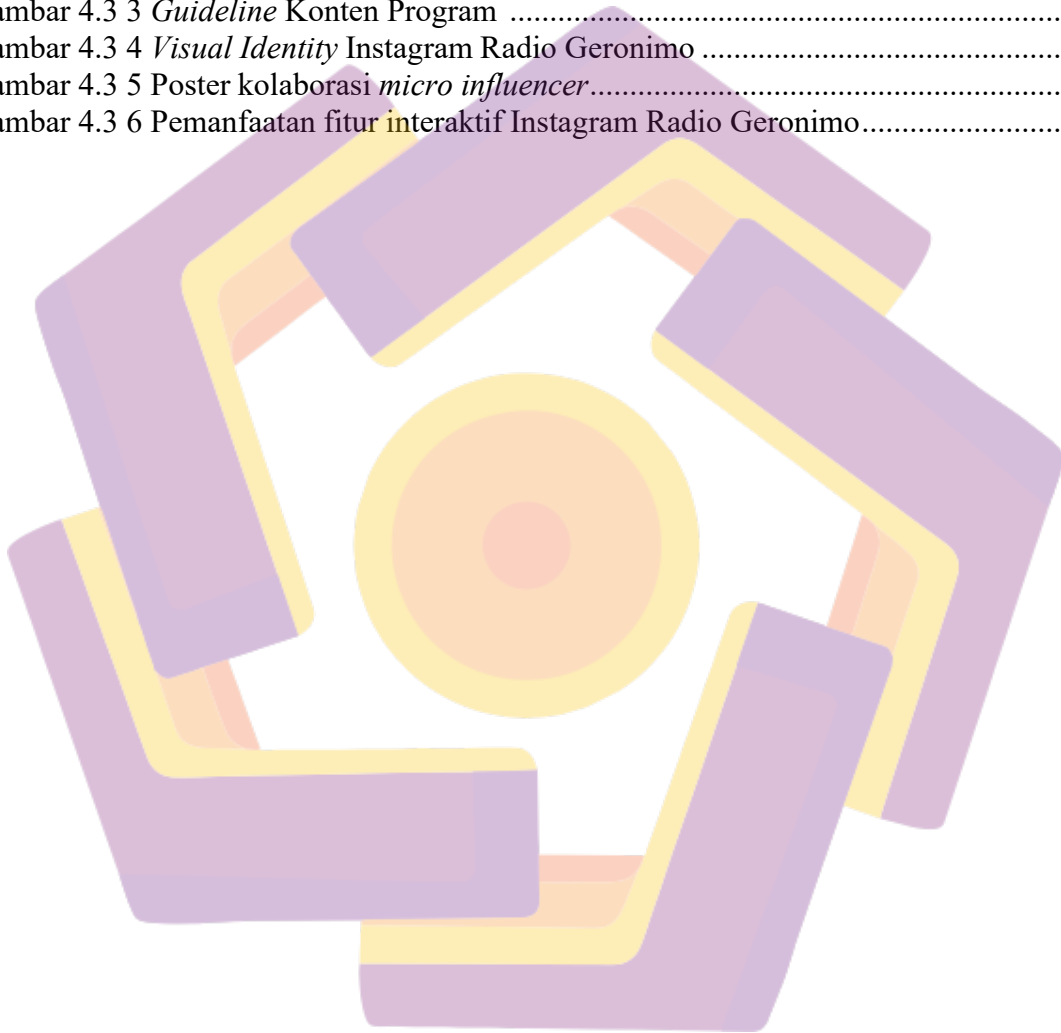
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendengar Radio Geronimo	3
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2 2 Kesesuaian <i>Media Richness Theory</i>	12
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informan	21
Tabel 4.3 1 Frekuensi Unggahan Program	39



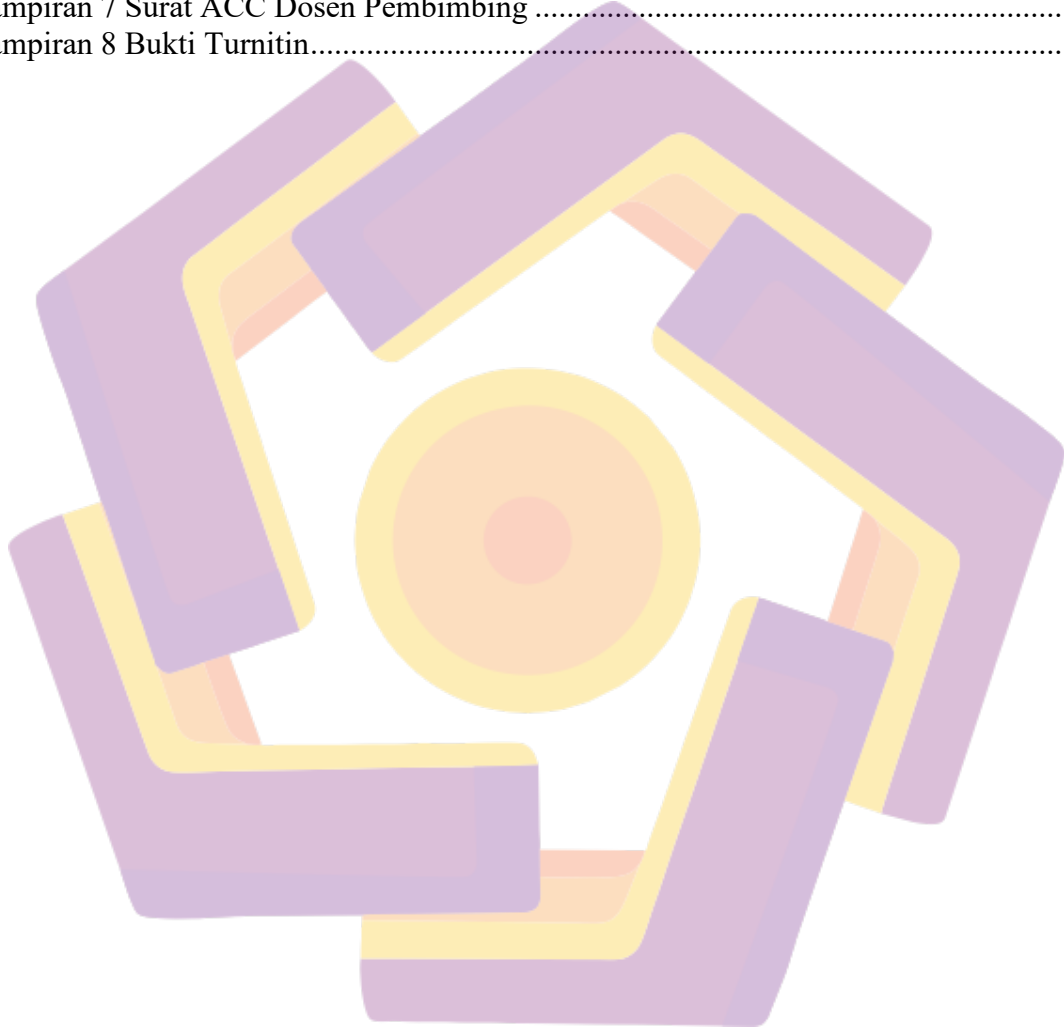
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase segmentasi pendengar,2024.....	1
Gambar 1. 2 Persentase usia pengguna Instagram.....	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir.....	14
Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan PT. Radio Geronimo.....	23
Gambar 4.3 1 <i>Data Account Reached, Audience Insight dan Profil Activity Instagram</i>	26
Gambar 4.3 2 Data Analitik Karakteristik Audiens.....	29
Gambar 4.3 3 <i>Guideline</i> Konten Program	41
Gambar 4.3 4 <i>Visual Identity</i> Instagram Radio Geronimo	50
Gambar 4.3 5 Poster kolaborasi <i>micro influencer</i>	56
Gambar 4.3 6 Pemanfaatan fitur interaktif Instagram Radio Geronimo.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

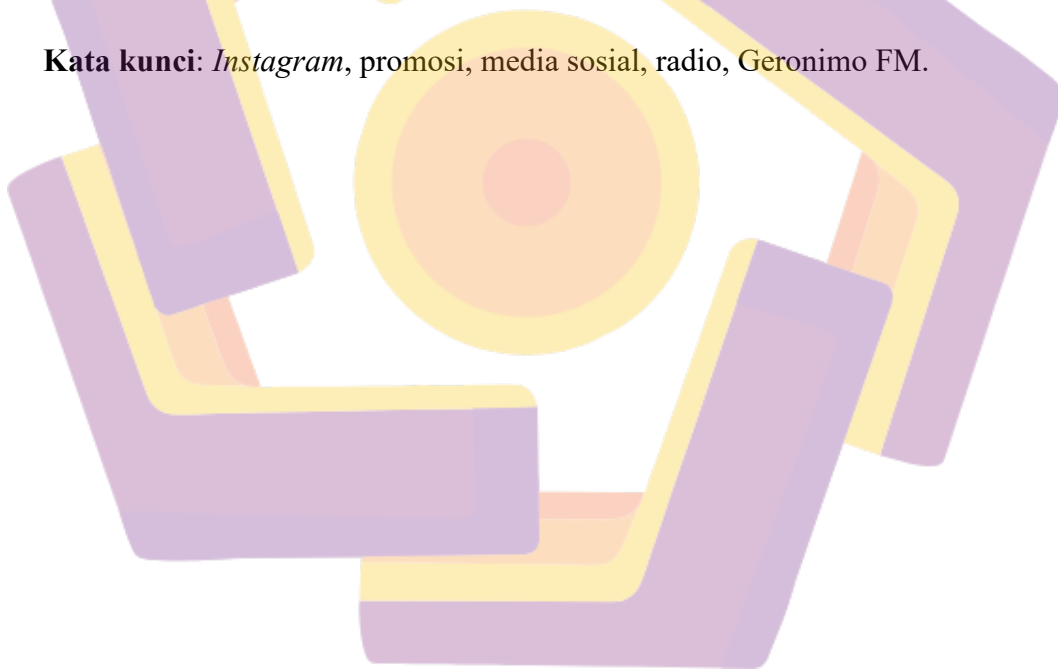
Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	79
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	96
Lampiran 3 Dokumentasi Observasi	97
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	98
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian	99
Lampiran 6 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing.....	100
Lampiran 7 Surat ACC Dosen Pembimbing	101
Lampiran 8 Bukti Turnitin.....	102



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Instagram* dimanfaatkan oleh *Radio Geronimo* 106.1 FM sebagai media promosi program siaran. Dalam era digital, media sosial menjadi alat strategis dalam memperkuat eksistensi media penyiaran, termasuk radio. *Instagram*, sebagai platform berbasis visual, memberikan ruang bagi radio untuk menjangkau audiens muda dan memperkuat interaksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada tiga informan kunci, yaitu *Business Manager*, Social Media Specialist, dan penyiar *Radio Geronimo*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* dilakukan melalui berbagai strategi konten seperti pemanfaatan *Instagram Stories* untuk informasi siaran harian, penggunaan elemen visual untuk mentransformasi audio ke bentuk multimedia, serta pendekatan personal guna membangun kedekatan dengan audiens. Selain itu, penggunaan bahasa yang adaptif dan konsisten memperkuat *brand personality* radio. Kesimpulannya, *Instagram* menjadi media promosi dalam membangun *positioning*, memperluas jangkauan, serta mempererat hubungan antara radio dan pendengarnya.

Kata kunci: *Instagram*, promosi, media sosial, radio, *Geronimo FM*.



ABSTRACT

This study aims to find out how Instagram is used by Radio Geronimo 106.1 FM as a medium for promoting broadcast programs. In the digital era, social media is a strategic tool in strengthening the existence of broadcast media, including radio. Instagram, as a visual based platform, provides a space for radio to reach young audiences and amplify interaction. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews with three key informants, namely Business Manager, Social Media Specialist, and Radio Geronimo broadcaster. The results of the study show that the use of Instagram is carried out through various content strategies such as the use of Instagram Stories for daily broadcast information, the use of visual elements to transform audio into multimedia forms, and personal approaches to build closeness with the audience. In addition, the use of adaptive and consistent language strengthens the brand personality of radio. In conclusion, Instagram is a promotional medium in building positioning, expanding reach, and strengthening the relationship between radio and its listeners.

Keywords: *Instagram, promotion, social media, radio, Geronimo FM.*

