

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran media massa, khususnya media online. Instagram sebagai salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna yang besar dan tingkat interaksi yang tinggi dimanfaatkan oleh media online sebagai sarana promosi dan distribusi berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi digital marketing yang diterapkan oleh Radar Jogja melalui akun Instagram @radarjogja sebagai media promosi berita online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Jogja menerapkan strategi digital marketing melalui pemanfaatan konten visual yang informatif, penggunaan fitur Instagram secara optimal, pengelolaan kalender konten, serta penerapan call to action (CTA) yang persuasif namun tidak memaksa. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan engagement audiens, memperkuat branding Radar Jogja sebagai media online lokal, serta memperluas jangkauan distribusi berita. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi berita yang dirancang secara strategis dan tersegmentasi dapat menjadi strategi digital marketing yang efektif bagi media online di era digital.

Kata kunci: strategi digital marketing, Instagram, media online, promosi berita, Radar Jogja.

ABSTRACT

The development of digital technology and social media has driven significant changes in mass media marketing strategies, particularly online media. Instagram, as a social media platform with a large user base and high level of interaction, is utilized by online media outlets as a means of news promotion and distribution. This study aims to identify and analyze the digital marketing strategy implemented by Radar Jogja through its Instagram account @radarjogja as a medium for online news promotion. This study used a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and documentation, with informants selected using purposive sampling. The results show that Radar Jogja implements a digital marketing strategy through the utilization of informative visual content, optimal use of Instagram features, content calendar management, and the implementation of persuasive but non-pushy calls to action (CTAs). This strategy has been proven to increase audience engagement, strengthen Radar Jogja's branding as a local online media outlet, and expand news distribution reach. This study concludes that utilizing Instagram as a news promotion medium, strategically designed and segmented, can be an effective digital marketing strategy for online media in the digital era.

Keywords: *digital marketing strategy, Instagram, online media, news promotion, Radar Jogja.*