



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI RADAR JOGJA UNTUK MEMPROMOSIKAN BERITA LAMAN WWW.RADARJOGJA.JAWAPOS.COM MELALUI MEDIA INSTAGRAM @RADARJOGJA DENGAN MODEL *THE CIRCULAR MODEL OF SOME*

Demartha Salsa Anugrah
5211711314

Perkembangan teknologi digital dan peningkatan penggunaan media sosial telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Radar Jogja, sebagai media lokal, memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan kunjungan pembaca ke laman berita mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Radar Jogja dalam mempromosikan berbagai tema berita laman www.radarjogja.jawapos.com melalui akun Instagram @radarjogja dengan menggunakan pendekatan *The Circular Model of SoMe* yang terdiri dari empat tahap: *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma *postpositivisme*. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan subjek utama seorang *SEO Analyst/IT* Radar Jogja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Jogja secara aktif menerapkan keempat tahapan model tersebut dalam strategi media sosialnya, seperti memanfaatkan tren visual dan interaksi langsung dengan audiens, serta penggunaan teknologi seperti *AI* dalam pengelolaan konten. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun keterlibatan, memperluas jangkauan pembaca, dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media digital. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku media lokal dan akademis bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pemasaran melalui media sosial.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, Instagram, Radar Jogja, The Circular Model of SoMe, Social Media Marketing

ABSTRACT

A COMMUNICATION STRATEGY OF RADAR JOGJA IN PROMOTING NEWS ON WWW.RADARJOGJA.JAWAPOS.COM VIA INSTAGRAM @RADARJOGJA USING THE CIRCULAR MODEL OF SOME

*Demartha Salsa Anugrah
5211711314*

The advancement of digital technology and the increasing use of social media have significantly transformed the way people consume information. Radar Jogja, a local media outlet, utilizes Instagram as a promotional tool to boost readership on its news website. This study aims to analyze Radar Jogja's communication strategy in promoting various news themes on www.radarjogja.jawapos.com through its Instagram account @radarjogja using The Circular Model of SoMe, which includes four stages: Share, Optimize, Manage, and Engage. The research employed a qualitative method with a descriptive approach and post-positivist paradigm. Data were collected through interviews, observation, and documentation, with the main subject being an SEO Analyst/IT staff at Radar Jogja. The results indicate that Radar Jogja actively implements all four stages of the model in its social media strategy, including utilizing visual trends, direct audience interaction, and AI-based content management. This strategy has proven effective in enhancing audience engagement, expanding reader reach, and maintaining relevance amid the competitive digital media landscape. The study offers practical contributions for local media practitioners and academic insights for communication science, especially in the context of social media marketing.

Keywords: *Communication Strategy, Social Media, Instagram, Radar Jogja, The Circular Model of SoMe, Social Media Marketing*