

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*  
BERITA RADIO DALAM *PODCAST* SPOTIFY MELALUI  
MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC  
Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**YOVINKA AYU RIZQITA KUSUMADEWI**

**1181003002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Yovinka Ayu Rizqita Kusumadewi**

**NIM : 1181003002**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 20 Februari 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yovinka Ayu Rizqita Kusumadewi  
NIM : 1181003002  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Membangun *Brand Awareness* Berita Radio dalam *Podcast* Spotify melalui Media Sosial (Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-Hac Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?)

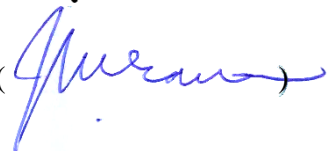
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, M.I.Kom.

(  )

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

(  )

Penguji 2 : Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K.

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2023

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Membangun *Brand Awareness* Berita Radio dalam *Podcast* Spotify melalui Media Sosial (Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?)”** ini dengan baik. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad saw. yang telah membawa umatnya dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini menjadi sebuah pengalaman penting, tantangan, dan ilmu baru yang bermanfaat dan dapat menjadi bekal untuk penulis dalam dunia kerja nanti, serta menjadi momentum untuk menambah relasi yang bisa bermanfaat bagi penulis di kemudian hari. Penulis menyadari tanpa bantuan banyak pihak, penulis akan kesulitan melaksanakan proses penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

### **1. Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah swt. dengan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis selalu diberikan kemudahan, kelancaran, kekuatan, kesehatan fisik dan batin selama penyusunan Tugas Akhir dan dapat menyelesaikannya dengan baik.

### **2. Keluarga**

Terima kasih kepada keluarga besar, khususnya orang tua dan adik tercinta yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih sayang kepada penulis agar diberikan kemudahan dan kelancaran. Terima kasih untuk segala dukungan moral maupun finansial, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

**3. Ari Kurnia, M.I.Kom.**

Terima kasih kepada Mrs. Ari selaku dosen program studi Ilmu komunikasi sekaligus dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu sabar dalam memberikan arahan dan masukan selama masa bimbingan, serta memberikan motivasi dan kepercayaan diri, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

**4. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.**

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku dosen penguji satu yang telah memberikan masukan, saran, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

**5. Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K.**

Terima kasih kepada Pak Ikhwan selaku dosen penguji dua yang telah memberikan masukan dan saran yang membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih lengkap dan terstruktur.

**6. Dosen Ilmu Komunikasi**

Terima kasih kepada para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, terutama dosen pembimbing akademik yaitu Ibu Aprilina Prastasari atas bimbingannya selama perkuliahan ini, Mrs. Ari Kurnia selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan arahan dan masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan baik. Terima kasih juga kepada Ibu Hany Nurahmawati sebagai triangulator yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya pada penulisan ini.

**7. Tim Redaksi Kantor Berita Radio**

Terima kasih kepada Tim Redaksi KBR khususnya Mba Citra Dyah Prastuti selaku Pemimpin Redaksi dan Mba Eka Fikriyah selaku Social Media Specialist yang telah memberikan izin untuk menjadikan *podcast* KBR Sore sebagai bahan penelitian, serta memberikan informasi, masukan, dan kesempatan untuk berbagi ilmu pengetahuan selama melakukan penelitian.

## **8. Seto Bayu Adji**

Terima kasih kepada Seto Bayu Adji yang telah mendukung, menemani, menghibur, dan selalu memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai. Terima kasih sudah selalu sabar dan menjadi pendengar yang baik.

## **9. Para Sahabat**

Terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis yaitu Andini Sophan Ditami, Maura Rizqia, Mutia Seprina, Nada Nisrina, Nadila Afifah, Fahmi Fauzi, Rifaldy Wahyudi, dan Nurvidha Qur'aini Suhaemi yang selalu memberikan dukungan, motivasi, membantu, dan menghibur penulis selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

## **10. Komunal 2018**

Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan terutama peminatan jurnalistik multimedia yang sudah saling menyemangati dan membantu banyak hal dari awal perkuliahan hingga sekarang. Terima kasih telah memberikan memori indah selama penulis menjalani perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 20 Februari 2023  
Penulis,



Yovinka Ayu Rizqita K.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yovinka Ayu Rizqita Kusumadewi

NIM : 1181003002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **STRATEGI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* BERITA RADIO DALAM *PODCAST* SPOTIFY MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor,  
Siapa yang Bertanggung Jawab?)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Februari 2023

Yang menyatakan,



Yovinka Ayu Rizqita K.

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* BERITA RADIO  
DALAM *PODCAST* SPOTIFY MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor,  
Siapa yang Bertanggung Jawab?)**

---

**ABSTRAK**

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang saat ini mulai tergerus akibat munculnya media baru yaitu internet. Tetapi tidak bagi beberapa perusahaan media yang dapat melakukan konvergensi dengan memanfaatkan teknologi digital. KBR membuat inovasi pada program-programnya menjadi bentuk *podcast* Spotify, sehingga dapat dinikmati oleh khalayak tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Untuk menginformasikan hal tersebut, KBR menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membangun *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi membangun *brand awareness* berita radio dalam *podcast* Spotify melalui media sosial pada *podcast* KBR Sore edisi “Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa Yang Bertanggung Jawab?”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus intrinsik. Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi membangun *brand awareness* pada edisi *podcast* tersebut hanya dilakukan melalui media sosial Twitter dengan membuat sebuah cuitan atau *tweet* untuk menyebarluaskan kembali edisi *podcast* KBR Sore tersebut dengan penggunaan logo KBR Sore, *caption* yang sesuai dengan isi berita dan tidak *clickbait*, penggunaan *hashtag* yang relevan, dan penyisipan *link* untuk mengakses *podcast*. Tidak ditemukan pula strategi yang disusun secara khusus untuk membangun *brand awareness* pada berita radio dalam *podcast* Spotify KBR Sore.

**Kata kunci:** Berita Radio, *Podcast*, *Brand Awareness*, Media Sosial



**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* BERITA RADIO  
DALAM *PODCAST* SPOTIFY MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus *Podcast* KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor,  
Siapa yang Bertanggung Jawab?)**

---

***ABSTRACT***

*Radio is one of the mass communication media which is currently being eroded due to the emergence of new media, such as the internet. But not for some media companies that can converge by utilizing digital technology. KBR makes innovations in its programs in the form of Spotify podcasts, so that it can be heard by audiences without any space and time limitations. To inform this, KBR uses social media as a means to build brand awareness. This study aims to determine the strategy for building brand awareness of news radio in the Spotify podcast through social media on the KBR Sore podcast edition of “Personal Data in e-HAC Allegedly Leaked, Who is Responsible?”. This study uses a qualitative research approach with intrinsic case study method. The results of this study found that the strategy to build brand awareness for the podcast edition was only carried out through social media Twitter by making a tweet to redistribute the edition of KBR Sore podcast by using the KBR Sore logo, captions that are appropriate with the news content and not clickbait, using relevant hashtags, and inserting links to access the podcast. There was also no strategy formulated specifically to build brand awareness on news radio in the KBR Sore Spotify podcast.*

***Keywords:*** News Radio, Podcasts, Brand Awareness, Social Media

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1    Manfaat Teoretis .....	9
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1    Konsep yang Relevan.....	10
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	10
2.1.2    Radio sebagai Media Massa.....	11
2.1.3    Konvergensi Media .....	17
2.1.4 <i>Podcast</i> .....	18
2.1.5    Spotify.....	20
2.1.6    Media Sosial.....	22
2.2    Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.3    Model Kerangka Pemikiran .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1    Desain dan Pendekatan .....	41
3.2    Objek Penelitian .....	43
3.3    Pengumpulan Data .....	44

3.3.1	Sumber Data.....	44
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4	Analisis Data .....	46
3.5	Triangulasi Data .....	48
3.6	Operasionalisasi Konsep/Isu .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian .....	50
4.1.1	Profil <i>Podcast</i> KBR Sore .....	52
4.1.2	Profil Informan.....	54
4.1.3	Subjek Triangulator.....	55
4.2	Penyajian Data .....	56
4.2.1	<i>Podcast</i> Spotify KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?.....	56
4.2.2	Strategi Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial.....	62
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	76
4.3.1	Strategi Membangun <i>Brand Awareness</i> Berita Radio dalam <i>Podcast</i> Spotify melalui Media Sosial (Studi Kasus <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?) .....	77
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1	Simpulan .....	84
5.2	Kendala dan Keterbatasan.....	85
5.3	Saran.....	86
5.3.1	Saran Teoretis.....	86
5.3.2	Saran Praktis .....	86
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Familier dengan <i>Podcast</i> di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Logo KBR .....	4
Gambar 1.3 Persentase Platform Pendengar <i>Podcast</i> .....	6
Gambar 1.4 Logo <i>Podcast</i> KBR Sore .....	7
Gambar 3.1 <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab? di Spotify.....	43
Gambar 4.1 <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab? di Spotify.....	52
Gambar 4.2 Logo <i>Podcast</i> KBR Sore .....	52
Gambar 4.3 Citra Dyah Prastuti, Pemimpin Redaksi KBR .....	54
Gambar 4.4 Eka Fikriyah, Social Media Specialist KBR .....	54
Gambar 4.5 Hany Nurahmawati, Dosen Universitas Bakrie .....	55
Gambar 4.6 <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab? di Spotify.....	56
Gambar 4.7 Instagram KBR.....	62
Gambar 4.8 Twitter KBR.....	63
Gambar 4.9 Facebook KBR .....	64
Gambar 4.10 Instagram <i>Story Podcast of The Day</i> KBR .....	69
Gambar 4.11 Contoh Instagram <i>Story Episode Podcast</i> KBR Sore di Spotify ...	70
Gambar 4.12 <i>Tweet</i> KBR mengenai <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?.....	74
Gambar 4.13 <i>Tweet Analytics</i> Unggahan <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab?.....	75
Gambar 4.14 <i>Podcast</i> KBR Sore Edisi Data Pribadi di e-HAC Diduga Bocor, Siapa yang Bertanggung Jawab? di Spotify.....	79

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	49

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Model Kerangka Pemikiran ..... 40

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Key Informan 1 .....	92
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Key Informan 1 .....	105
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Key Informan 2 .....	107
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Triangulator .....	113