

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- A. BELLA CHITRA (915160124)
B. STRATEGI DIGITAL *PUBLIC RELATIONS* PEGIAT *PODCAST* DALAM MEMBANGUN *BRAND ENGAGEMENT* (STUDI KASUS DALAM *PODCAST* DUO BUDJANG)
C. ix + 65 hlm, 2019, 1 tabel, 4 gambar, 5 lampiran
D. *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Penelitian ini mengangkat tentang strategi digital *public relations* pegiat *podcast* dalam membangun *brand engagement*. Konsep yang digunakan yaitu digital *public relations* dan *brand engagement*. Konsep digital *public relations* seperti publisitas *online* atau *website*, media sosial, dan komunitas *online*. Sedangkan konsep *brand engagement* dapat dilihat pada interaksi yang aktif terhadap *followers* atau pendengarnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode studi kasus. Studi kasus dilakukan terhadap *podcast* Duo Budjang. Hasil penelitian ini adalah promosi di media social lebih efektif dan efisien daripada di *website*, khususnya di *Instagram* karena mayoritas pengguna adalah generasi milenial. Promosi akan berhasil jika pemilihan saluran media sesuai target *audience* dan konsisten dalam pengelolaannya. Dalam membangun *engagement*, pegiat *podcast* memperhatikan dan membua tinteraksi yang aktif baik secara dalam jaringan (daring) maupun luar jaringan (luring). Salah satu contoh keberhasilan dari *engagement* yang dibangun adalah adanya komunitas *online* atau *virtual* yang merupakan pendengar setia *podcast*. Komunitas juga membantu dalam mempromosikan *podcast*.

Kata Kunci: Digital *Public Relations*, *Brand Engagement*, *Podcast*

E. Daftar Pustaka: 17 buku, 24 jurnal, 3 *e-book*, 1 artikel

F. Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.