

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat telah secara signifikan memengaruhi daya saing radio di era modern, dengan munculnya internet dan media sosial yang menurunkan dominasi radio yang tradisional. Saat ini, masyarakat dapat memiliki akses lebih mudah dalam mencari informasi dan berita melalui berbagai platform digital, yang menawarkan keunggulan konten visual, tidak seperti radio yang hanya mengandalkan audio. Untuk tetap relevan dan kompetitif dalam perkembangan teknologi yang terus berubah ini, stasiun radio telah mulai mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi penyiaran, penjualan, dan periklanan mereka. MNC Trijaya FM Bandung adalah salah satu platform radio yang telah mulai memanfaatkan pemasaran media sosial untuk iklan dan promosi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaksimalkan potensi platform media sosial MNC Trijaya FM Bandung untuk periklanan dengan mengembangkan konten pemasaran dan mengoptimalkan tampilan konten *marketing*, *hook*, dan fitur yang tersedia untuk menarik perhatian calon pengiklan .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan reduksi data. Studi ini berfokus pada optimasi platform digital MNC Trijaya FM Bandung untuk tujuan periklanan.

Hasil dari penerapan konten pemasaran didasarkan pada data internal perusahaan. Misalnya, platform media digital TikTok MNC Trijaya FM Bandung mengalami peningkatan pengikut yang signifikan, mencapai total 4000. Selain itu, ada peningkatan dalam kualitas *streaming YouTube*, memastikan kualitas visual yang lebih baik, dan penempatan banner iklan pada *streaming youtube* sebagai *benefit* bagi pengiklan di MNC Trijaya FM Bandung. Selain itu, terjadi peningkatan interaksi *Livechat youtube* dan *feed Instagram* untuk konten *marketing* yang lebih menarik

Sebagai kesimpulan, pemasaran media sosial, terutama melalui optimasi konten dan fitur platform, terbukti efektif dalam meningkatkan potensi periklanan MNC Trijaya FM Bandung. Dengan beradaptasi dengan lanskap digital dan memanfaatkan berbagai platform media sosial secara strategis, stasiun radio dapat tetap kompetitif dan menarik pengiklan di zaman modern.

**Kata kunci:** Pemasaran Media Sosial, Konten *Marketing*, Periklanan, Promosi