

**MANAJEMEN PRODUKSI DEPARTEMEN DIGITAL SERVICE DALAM
MENUNJANG KONVERGENSI MEDIA DI TV ONE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
ilmu komunikasi**



**DHANDY DEVO RIZA
1161903009**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2018**

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 : Dhandy Devo Riza

NIM : 1161903009

Tanda tangan : 

Tanggal : 31 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dhandy Devo Riza
NIM : 1161903009
Program Studi : Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Produksi Departemen Digital Service Dalam
Menunjang Konvergensi Media di TV One

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si.

()

Penguji 1 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

()

Penguji 2 : Adrian Arditiar, M.I.Kom

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah yang telah diberikan kepada peneliti selama melaksanakan tugas akhir ini. Serta kedua orang tua yang selalu memberika dukungan, doa dan nasihat. Hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dan pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Supri Patang dan Indira Zailinah sebagai kedua orang tua peneliti, Muhammad Dhanu Riza, Muhammad Dhani Riza dan Muthia Sari Dewi sebagai kakak dari peneliti, serta Shafiyah Syaquille Riza yang telah hadir di dunia memberikan warna baru. Terima kasih atas segala semangat, masukan, dan bantuan baik moril maupun finansial hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Dan juga Putri Asri Azizah, yang menemani serta mensupport peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, serta selaku penguji 2 dalam sidang tugas akhir. Terima kasih atas segala saran serta kritik yang diberikan untuk membantu peneliti dalam memperbaiki hasil yang lebih optimal.
4. Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat, motivasi dan selalu sabar dalam membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas akhir.
5. Eli Jamilah Mihardja, M.Si., Ph.D. selaku penguji dalam sidang proposal tugas akhir yang telah memberikan masukan yang sangat

berguna kepada peneliti ketika seminar proposal hingga sidang skripsi, sehingga memberikan hasil yang lebih baik.

6. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. selaku penguji 1 dalam sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan yang sangat berguna bagi peneliti sehingga memberikan hasil yang baik.
7. Adrian Arditiar, M.I.Kom selaku penguji 2 dalam sidang tugas akhir yang juga telah memberikan kritik dan saran yang berguna bagi peneliti sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik.
8. Para dosen yang telah mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Massa Batch 6 Universitas Bakrie. Terima kasih atas ilmu juga semangat yang telah diberikan selama tiga semester ini sehingga mempunyai wawasan luas dan dapat membantu penyelesaian tugas akhir ini.
9. Jimmy Sameylanda, Subadi, Christine dan Ignatius Haryanto yang telah meluangkan waktunya serta keterbukaannya untuk dapat diwawancara dalam waktu yang singkat dan padat.
10. Teruntuk Mas Suroto dan Mas Taufik sebagai yang bertanggung jawab untuk memegang kelas karyawan, terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan berlangsung.
11. Sahabat serta teman terdekat peneliti, Akbar Alaziz, Henry Ganesha, Wais Alqorny, Bakti Satria, Puji Setyawan, dan teman-teman BSI lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Atasan dan rekan kerja di TV One yang juga turut memotivasi untuk menghadapi setiap ujian dalam menyelesaikan tugas akhir selama empat bulan terakhir ini.
12. Teman-teman satu bimbingan Khalkillah, Fatmawati, Choirunnisa, Fakhrurrazi, Muhammad Perwira Bismo yang saling memberikan informasi juga memberikan semangat serta berbagi canda dan tawa selama mengerjakan tugas akhir ini, menjadi partner untuk berdiskusi

selama kurun waktu 10 bulan menjalani masa bimbingan. Rafika Putri yang turut serta membantu dalam hal teknik penulisan pada skripsi ini.

13. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Komunikasi Massa Batch 6 Universitas Bakrie yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih untuk hampir dua tahun yang sangat berkesan dalam menjalani kuliah malam serta tugas-tugas berat yang harus ditanggung bersama.
14. Dan tentu saja masih banyak pihak lain yang turut membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini, namun mohon maaf karena tak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca. Diharapkan masukan berupa kritik dan saran untuk menunjang pengembangan dan perbaikan peneliti selanjutnya.

Akhir kata, peneliti mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Diharapkan tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah ilmu dan wawasan bagi pembacanya dalam melakukan penelitian.

Jakarta, 31 Agustus 2018

Dhandy Devo Riza

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dhandy Devo Riza
NIM : 1161903009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“MANAJEMEN PRODUKSI DEPARTEMEN DIGITAL SERVICE DALAM MENUNJANG KONVERGENSI MEDIA DI TV ONE”

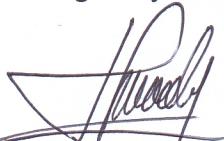
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Bakrie berhak meyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Agustus 2018

Yang menyatakan


(Dhandy Devo Riza)

Manajemen Produksi Departemen Digital Service dalam Menunjang Konvergensi Media di TV One

DHANDY DEVO RIZA

Abstrak

Teknologi komunikasi saat ini semakin berkembang pesat, salah satunya dengan kehadiran internet. Internet menawarkan cara baru untuk masyarakat mencari informasi. Ini menjadi tantangan bagi media massa konvensional termasuk televisi. Audience televisi kini, tidak hanya mereka yang menonton lewat medium televisi. Perkembangan ini membuat media massa berkonvergensi dan mengelola isu digital dengan membentuk departemen

yang khusus mengurusi digital. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana manajemen produksi Departemen Digital Service stasiun televisi nasional TV One, dalam menunjang konvergensi media, termasuk bagaimana departemen ini memproduksi *second screen* tayangan televisi dan promosi secara digital. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi serta dokumentasi. Objek penelitian ini adalah Departemen Digital Service di TV One, dengan subjek penelitian Supervisior dan General Manager Departemen Digital Service, serta pengamat media massa. Menggunakan teori Manajemen Produksi Stoner, penelitian ini menemukan bahwa Departemen Digital Service TV One telah berjalan sesuai fungsinya yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengawasan. Manajemen produksi pada Departemen Digital Service telah menjalankan perannya sebagai tim produksi *second screen* di TV One sekaligus melakukan promosi secara digital. Penelitian ini juga menemukan bahwa tipe konvergensi di TV One adalah konvergensi organisasi, konvergensi jurnalistik dan konvergensi penggunaan media.

Kata kunci: *manajemen produksi, konvergensi media, digital service*

Production Management Departemen Digital Service to Support Media Convergence in TV One

DHANDY DEVO RIZA

Abstract

Technology in communication is currently growing rapidly, one of the factor is because the internet. The internet offers a new way for people to find information. This phenomenon is become a challenge for conventional mass media, including television. Nowadays, people are not watching television as their only one medium. This development influences the mass media to converge and manage digital issues by forming a department that specializes in digital area. This research wants to find out how the production management of the Digital TV station TV One's National Service Department is in support of media convergence, including how this department produces second screen television shows and digital promotions. This research uses a qualitative method by conducting interviews, observation and documentation. The object of this research is the Department of Digital Service on TV One, with research subjects Supervisor and General Manager of the Department of Digital Service, as well as mass media observers. By using Stoner's Production Management theory, this research found that TV One's Department of Digital Service was running according to its function, such as planning, organizing, implementing and supervising. Production management in The Department of Digital Service has carried out its role as a second screen production team on TV One while simultaneously conducting digital promotions. This study also found that the type of convergence on TV One is organizational convergence, journalistic convergence and media use convergence.

Keywords: Production management, Media convergence, Digital service

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1 Manajemen Media	16
2.2.2 Media Massa.....	19
2.2.3 Stasiun Televisi.....	20
2.2.4 Media Baru	21
2.2.5 Konvergensi Media	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Objek Penelitian.....	26
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Sumber Data.....	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	32
3.7 Keterbatasan Penelitian	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Data Umum TV One	34
4.1.2 Sejarah TV One.....	34
4.1.3 Visi dan Misi TV One	35
4.1.4 Logo TV One	35
4.1.6 Struktur Direksi TV One	43
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Manajemen Produksi Departemen Digital Service TV One	45
4.2.2 Konvergensi di TV One	48
4.2.3 Proses Produksi <i>Second Screen</i>.....	52
4.3 Pembahasan.....	57
4.3.1. Tingkatan Manajemen Departemen Digital Service TV One	57
4.3.2. Fungsi Manajemen Departemen Digital Service TV One	58
4.3.3. Media Lama dan Media Baru.....	64
4.3.4. Konvergensi Media	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Teoritis	69
5.2.2 Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terkait Penelitian Sebelumnya	9
Tabel 2. Operasionalisasi Konsep	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Survei Nielsen Tentang Konsumsi Media.....	1
Gambar 2. Survei Nielsen Tentang Perangkat Yang Digunakan Untuk Mengakses Internet	2
Gambar 3. Survei KPI Tentang Pemeringkatan Menonton Program Siaran Berita.....	5
Gambar 4. Logo TV One	35
Gambar 5. Promo Program Kabar Hari Ini di Twitter TV One	37
Gambar 6. Promo Program IBF di Twitter TV One	38
Gambar 7. Channel Youtube sportOne	39
Gambar 8. Konten Video di Channel Youtube TV One	40
Gambar 9. Konten One minute instagram TV One.....	41
Gambar 10. Kuis di Instagram TV One	41
Gambar 11. Proses Editing Konten Youtube Channel TV One.....	53
Gambar 12. Channel Youtube TV One.....	54
Gambar 13. Tampilan Aplikasi Ponsel tvOne Connect	54
Gambar 14. Engagement penonton Youtube Channel TV One.....	55
Gambar 15. Total Reach Media Sosial TV One	56
Gambar 16. Desain tvOne Connect 2017.....	61
Gambar 17. Desain tvOne Connect 2018.....	61
Gambar 18. Grup Media Viva.....	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Pemikiran.....	25
Bagan 2. Struktur Organisasi Departemen Digital Service TV One.....	41
Bagan 3. Struktur Direksi TV One.....	43
Bagan 4. Struktur Organisasi TV One Tingkat Direksi - Manager.....	44