

**KAJIAN DIFUSI INOVASI PADA KONVERGENSI MEDIA DI  
*BLOG OURBEAUTYSTORY.COM***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**ANISA DWI UTAMI**

**1161923009**

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

**JAKARTA**

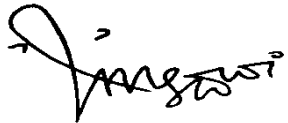
**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Anisa Dwi Utami**

**Nim : 1161923009**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 31 Agustus 2018**

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Anisa Dwi Utami  
NIM : 1161923009  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media pada *blog ourbeautystory.com*

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si (  )

Penguji I : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.sos, M.Si (  )

Penguji II : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2018

## Kata Pengantar

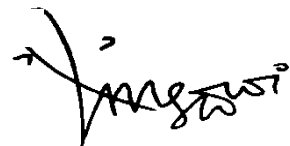
Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hinayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga penelitian ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam penelitian selanjutnya di program studi ilmu komunikasi khususnya di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai masa penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit peneliti untuk menyelesaikannya.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Yth :

1. Ibu Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang selama ini membantu saya menyelesaikan masalah *studie* saya selama perkuliahan.
2. Ibu Dianingtyas Murtanti Putri, S.sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu selama kurang lebih 5 bulan, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dr. Tita Djuitaningsih S.E., M.Si. Ak . Selaku Ketua administrasi kelas karyawan yang selama ini juga membantu peneliti dalam menyelesaikan program *studie* di Universitas Bakrie.
4. Ibu Dr. Tuti widiastuti, M.Si dan Ibu Dr. Prima Mulyasari A, S.Sos, M.Si selaku penguji dalam penelitian ini.
5. Bapak Budhi Siswanto dan Ibu Yuli Wuryani, selaku kedua orang tua saya yang secara terus menerus mendukung saya dalam keadaan susah sampai pada akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kedua saudara kandung peneliti Mba Ika dan adik saya Thifa dalam membantu melancarkan penelitian ini.
7. Teman – teman peneliti di Universitas Bakrie yang selalu bersemangat kuliah khususnya untuk Batch 7.

8. Rendy dan Hanum selaku teman selama bimbingan untuk kerja keras nya dalam menyemangati saya sampai dengan selesai.
9. Keempat informan penelitian ini, yang sudah mau meluangkan waktu banyak untuk menjadi informan penelitian *blog* ini.
10. Talitha, Kak Luqy, Rika, Duta, Nisa, Iqbal selaku teman semasa kuliah Diploma dengan selalu menyemangati peneliti sampai penelitian ini selesai.
11. Teman – teman angkatan Batch 6 yang sudah menjadi kelas belajar peneliti selama kurang lebih 1,5 tahun ini.
12. Anindya, Bang Ucok, bapak Sarjono dan staff di BNN selaku rekan kerja yang sudah membantu peneliti untuk tetap memprioritaskan dalam menyelesaikan perkuliahan.
13. Farid yang selalu mendukung peneliti dan meluangkan waktu untuk menjadi tempat curhat terbaik selama masa perkuliahan akhir ini.
14. Deyra, Dina, Marisa dan alida selaku sahabat peneliti yang mendorong untuk selalu fokus dalam mengerjakan Tugas Akhir.
15. Dan Mas Taufik selaku administrasi kelas Karyawan yang sangat sabar dalam memproses kegiatan mahasiswa/i kelas karyawan selama ini.

**Penulis**



**Anisa Dwi Utami**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Anisa Dwi Utami

NIM : 1161923009

Progam Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Karya : 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 :

**Kajian Difusi Inovasi pada Konvergensi Media di *blog Ourbeuatystory.com***


Dengan Hak Bebas Royalti Non-esklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Agustus 2018

Yang menyatakan



**(Anisa Dwi Utami)**

## ABTRAK

*Ourbeautystory.com* adalah *blog* kecantikan yang memberikan *review* produk kecantikan dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengetahui produk-produk apa saja yang bagus untuk kecantikan khususnya pada kulit kering, apa yang di kemas di dalam konten *blog ourbeautystory.com*. Dalam Penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana mengkaji inovasi *blog* yang dilakukan oleh *blogger* dengan Teori Difusi Inovasi. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan studi kasusnya pada *blogger ourbeautystory.com*. Teknik penelitiannya menggunakan *indept interview*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori difusi inovasi digunakan sebagai salah satu untuk mengetahui bagaimana suatu inovasi dalam menerima sebuah inovasi baru dilihat dari karakteristik inovasinya. Dalam sikap afektif, penerimaan terhadap inovasi yang positif dipengaruhi oleh manfaat relatif dari inovasi. Dalam sikap kognitif, penerimaan inovasi dilakukan berdasarkan pengetahuan, dan pemahaman cara penggunaan inovasi. Dalam tahapan inilah, perilaku pengguna inovasi masih tetap mengikuti inovasi dan belum sepenuhnya mengetahui pengetahuan yang lebih dalam lagi. Hal ini dapat terjadi karena rendahnya kemampuan dan tidak fokusnya perubahan ini. Semakin canggih dan membutuhkan keterampilan khusus pemakainya, akan semakin lambat adopsinya. Faktanya, semakin bermanfaat teknologi inovasi bagi khalayaknya, semakin cepat diadopsi. Semakin selaras teknologi informasi dengan nilai-nilai yang dianut *receiver*, akan semakin cepat dan mudah adopsi teknologi. Itu lah mengapa teknologi sekarang masih minim pemanfaatannya.

**Kata kunci :** Konvergensi media, *blog*, difusi inovasi, *review*, kecantikan, Komunikasi Massa

## ABSTRACT

Ourbeautystory.com is a blog that gives beauty product reviews and provide convenience for the public to find out what products are good for beauty especially on dry skin, what is down in the content blog ourbeautystory.com. In this study, researchers are focusing on how to assess innovation blog done by a blogger with the theory of Diffusion of innovation. Approach this research uses qualitative descriptive study case on blogger ourbeautystory.com. His research techniques using indept interview. The results of this research show that the diffusion of innovations theory used as one to find out how an innovation in accepting a new innovation viewed from the characteristics of innovation. In the affective attitude, acceptance of innovations that are positively influenced by the relative merits of innovation. In cognitive attitudes, acceptance of innovation is done based on knowledge, and understanding how to use the innovation. In stages, the user's behavior innovation still stay abreast of innovation and not yet fully know a deeper knowledge again. This can occur because of a lack of ability and not the focus of these changes. Increasingly sophisticated and require specific skills the wearer, would further slow his foster. In fact, the more useful the technology innovation for khalayaknya, the faster adoption. The more harmonised information technology with the values embraced receiver, will be more quick and easy adoption of the technology. That is why the technology now is still minimal in utilization.

**Keywords:** media Convergence, Blogs, Diffusion of innovation, Reviews, Beauty, Mass Communication



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusah Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
BAB II.....	9
KERANGKA PEMIKIRAN .....	9
2.1. Tinjauan Pustaka.....	9
2.2. Kerangka Pemikiran .....	17
2.2.1. Komunikasi Massa.....	17
2.2.1.1. Karakteristik Komunikasi Massa .....	17
2.2.2. New Media.....	19
2.2.2.1. Pengertian New Media .....	19
2.2.2.2. Kelebihan dan Manfaat New Media.....	21
2.2.3. Pengertian Media Sosial .....	23
2.2.3.1. Blog .....	24
2.2.4. Konvergensi Media.....	25
2.2.4.1. Pengertian Konvergensi Media .....	25
2.2.5. Difusi Inovasi.....	31
2.2.5.1. Pengertian Difusi Inovasi .....	31
2.2.5.2. Elemen Difusi Inovasi .....	32
2.2.5.3. Karakteristik Difusi Inovasi .....	33
2.2.5.4. Tahapan Difusi Inovasi .....	34

2.2.6 Kerangka Pemikiran .....	39
BAB III .....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1. Metodologi Penelitian.....	41
3.1.1. Objek Penelitian.....	41
3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.1. Data Premier dan Data Sekunder.....	42
3.2.2. Pengumpulan Data.....	44
3.3. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	46
3.4. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	51
3.5. Keterbatasan Penelitian.....	52
BAB IV .....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Sejarah Umum ourbeautystory.com .....	53
4.1.2. Bidang-Bidang dan Batasan Kerja.....	55
4.2. Hasil Penelitian.....	56
4.2.1. Kebijakan Perubahan Platform ourbeautystory.com .....	56
4.2.2. Target Pembaca Melalui Data Statistik .....	58
4.2.3. Manajemen Redaksi dan Inovasi ourbeautystory.com .....	60
4.2.2.1. Struktur Kerja Redaksi .....	60
4.2.2.2. Cara Kerja Redaksi.....	61
4.2.2.3. Hasil Pencapaian Inovasi Blog ourbeautystory.com.....	63
4.2.4 Tahapan Perubahan Platform Pada Blog ourbeautystory.com .....	64
4.3. Pembahasan .....	68
4.3.1. Keputusan Perubahan Platform Pada Blog.....	68
4.3.2. Karakteristik Inovasi Pada Difusi Inovasi Pada Blog.....	68
4.3.3. Tahapan Penerimaan Inovasi Pada Blog .....	72
BAB V.....	77

KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	82

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.	Daftar Statistik Pengguna Blog di Indonesia .....	4
Gambar 2.	Blogger Terkenal di Indonesia.....	5
Gambar 3.	Blog Ourbeatystory.com .....	6
Gambar 4.	Diagram Nicholas Negroponte .....	27
Gambar 5.	A Model od Stage in the Innovation Decision Proces .....	39
Gambar 6.	Kerangka pemikiran diolah oleh peneliti.....	40
Gambar 7.	Blog Ourbeatystory.com .....	42
Gambar 8.	Profil Ourbeatystory.com.....	54
Gambar 9.	Perubahan dari cetak ke online .....	57
Gambar 10.	Statistik audiends (juni 2018) .....	59
Gambar 11.	Rate Card Ourbeatystory.com.....	62
Gambar 12.	Kerja Sama Ourbeatystory.com .....	83
Gambar 13.	Fitur beautysquad dengan tema Barbie look .....	75
Gambar 14.	Fitur beautysquad dengan tema casual look .....	75

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.	Kajian Penelitian Sejenis Sebelumnya .....	12
Tabel 2.	Subjek Penelitian .....	43
Tabel 3	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	46
Tabel 4.	Manajemen Ourbeatystory.com.....	55

**DAFTAR LAMPIRAN**

Informan 1 .....	82
Informan 2 .....	85
Informan 3 .....	88
Informan 4 .....	90