

**KONVERGENSI PENYIARAN DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL PADA BERITA
TV CNN INDONESIA**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Disusun oleh
Syifa Sartika
1181903049

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

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 : Syifa Sartika

NIM : 1181903049

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Syifa Sartika', written in a cursive style.

Tanggal : 1 November 2021


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syifa Sartika
NIM : 1181903049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial pada Berita TV
CNN Indonesia

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 Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing 1 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Penguji 1 : Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si (
Anastasya Andriarti)

Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 November 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan yang peneliti terima. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bu Eli Jamilah Mihadja, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan, bimbingan dan bantuan kepada peneliti dari awal proses penulisan hingga skripsi ini selesai. Selain itu, peneliti juga ingin berterimakasih atas ilmu, dan bantuan yang peneliti terima selama mengemban pendidikan di Kelas Karyawan Universitas Bakrie.
2. Mba Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si, dan Mba Ari Kurnia, M.Ikom, selaku dosen pembahas skripsi peneliti yang jugasudahbanyak membantu mengarahkan peneliti dalam menulis dan merancang proposal dan juga proses penelitian ini.
3. Staff Universitas Bakrie, Mas Taufik, Mba Frieda, Pak Erhan, dan Mas Ali yang sudah banyak membantu selama perkuliahan, dan jugastaff lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
4. Keluarga peneliti, Bapak, Mama, Adik-adikku Arif dan Nita yang selalu mendukung peneliti dari segi moril, materil dan mendoakan peneliti demi kelancaran skripsi ini.
5. Sahabat peneliti Farah, Muti, Anis, Sasa, Nuyuy, Anbar, Dinda, Fadhil, Bella, Alin dan Arizky Fathuramdan. Terimakasih atas segala dukungannya yang diberikan, selalu menjadi pendengar yang baik dan selalu menyemangati penulis disegala situasi dan kondisi.
6. Teman peneliti selama perkuliahan di Ilkom B Universitas Bakrie Batch 10, Bintang, Radit, Revano, Erza, Nury, Ratih, Kiki, Anisa, Diadra dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Semua orang yang turut membantu dan memiliki andil dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, peneliti memohon maaf dan maklum, serta sangat menerima kritik dan saran yang membangun yang mungkin bisa berguna baik bagi karya tulis ini dan bagi peneliti sendiri. Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih pada siapapun yang sudah membaca dan menjadikan Skripsi ini sebagai referensi. Peneliti berharap penelitian dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 1 November 2021

Syifa Sartika

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Syifa Sartika
NIM : 1181903049
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 Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“KONVERGENSI PENYIARAN DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL BERITA TV CNN
INDONESIA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediainformasikan, 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, 1 November 2021
Yang Menyatakan



Syifa Sartika

KONVERGENSI PENYIARAN DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL PADA BERITA TV CNN INDONESIA

SYIFA SARTIKA

ABSTRAK

Kemunculan *new media* memungkinkan masyarakat sebagai pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten. Adanya fenomena konvergensi media menghadirkan beragam media yang menggabungkan media baru dengan media konvensional, tayangan CNN Indonesia bisa disaksikan melalui channel Transmedia selain itu, audiens bisa mengakses melalui media sosial CNN Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konvergensi konten berita dalam media sosial CNN Indonesia TV. Metode yang digunakan pada penelitian ini metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam kepada Manajer Media Sosial CNN Indonesia, Eksekutif Produser di CNN Indonesia, Kepala Divisi *Business Strategic* CNN Indonesia, pemilihan subjek tersebut karena tim terlibat langsung dalam pembuatan tayangan dan mengunggah tayangan tersebut ke dalam media sosial CNN Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan konvergensi media membuat media konvensional menganggap hadirnya media sosial tidak menjadi pesaing, justru menjadikannya *partner* sebagai elemen penunjang perusahaan media untuk menyebarluaskan informasi. Penggunaan media sosial CNN Indonesia sebagai alat untuk penyebaran informasi dan promosi di *platform* digital karena masyarakat lebih banyak mengkonsumsi informasi dan menonton tayangan televisi melalui *smartphone*.

Kata Kunci: Era Konvergensi Media, Media Sosial, CNN Indonesia

**THE CONVERGENCE OF NEWS CONTENT IN SOCIAL MEDIA CNN
INDONESIA TV**

SYIFA SARTIKA

ABSTRACT

The emergence of new media allows the public as users to interact and participate in content creation. The phenomenon of media convergence presents a variety of media that combines new media with conventional media, CNN Indonesia shows can be watched through the Transmedia channel in addition, audiences can access through CNN Indonesia social media. This study aims to determine the convergence of news content in social media CNN Indonesia TV. The method used in this research is a qualitative descriptive research method. Data collection techniques in this study were carried out by in-depth interviews with CNN Indonesia's Social Media Manager, Executive Producer at CNN Indonesia, Head of CNN Indonesia's Business Strategic Division, the selection of the subject was because the team was directly involved in making the show and uploading the show to CNN Indonesia's social media. The results show that media convergence makes conventional media consider the presence of social media not to be a competitor, instead making it a partner as a supporting element for media companies to disseminate information. The use of CNN Indonesia social media as a tool for information dissemination and promotion on digital platforms because people consume more information and watch television shows via smartphones.

Keywords: Promotion, Era Convergence Media, CNN Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	21
2.2.1 Komunikasi Massa.....	21
2.2.2 Media Massa	22
2.2.3 Konvergensi Media.....	22
2.2.4 New Media.....	27
2.2.5 Youtube sebagai <i>New Media</i>	29
2.2.6 <i>Instagram</i> sebagai <i>New Media</i>	30
2.2.7 <i>Facebook</i> sebagai <i>New Media</i>	30
2.2.8 <i>Twitter</i> sebagai <i>New Media</i>	30
2.2.9 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	33

3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	36
3.4.1	Definisi Konseptual.....	36
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	38
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	39
3.7	Keterbatasan Penelitian.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Profil CNN Indonesia TV	41
4.1.1	Sejarah Umum CNN Indonesia TV	41
4.1.2	Media Sosial CNN Indonesia TV	46
4.1.3	Youtube CNN Indonesia TV.....	47
4.1.4	<i>Instagram</i> CNN Indonesia TV	49
4.1.5	<i>Facebook</i> CNN Indonesia TV.....	50
4.1.6	<i>Twitter</i> CNN Indonesia TV.....	51
4.1.3	Deskripsi Profil Informan dan Triangulator.....	52
4.1.3	Subjek Triangulator.....	52
4.2	Hasil Temuan	53
4.2.1	Konvergensi Media di CNN Indonesia TV.....	55
4.3	Pembahasan.....	67
4.3.1	Konvergensi Media.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75
5.2.1	Saran Teoritis	75
5.2.2	Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei APJII Tahun 2019-2020 (Q2).....	3
Gambar 1. 2 Hasil Survei <i>We are Social</i> Tahun 2020	3
Gambar 1. 3 <i>Official</i> Akun Youtube dan Instagram CNN Indonesia TV	5
Gambar 1. 4 <i>Official</i> Akun Twitter dan Facebook CNN Indonesia TV	6
Gambar 1. 5 Aplikasi <i>Mobile</i> CNN Indonesia TV.....	6
Gambar 1. 6 Tayangan CNN Indonesia TV <i>Sumber: Youtube</i> CNN Indonesia.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Logo CNN Indonesia TV	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi CNN Indonesia TV	44
Gambar 4. 3 Tampilan <i>Homepage Channel</i> Youtube CNN Indonesia TV.....	47
Gambar 4. 4 Tayangan yang dimuat dalam Youtube CNN Indonesia.....	48
Gambar 4. 5 Postingan Instagram CNN Indonesia TV	49
Gambar 4. 6 Postingan Facebook CNN Indonesia TV	50
Gambar 4. 7 Postingan Twitter CNN Indonesia TV	51
Gambar 4. 8 Panel <i>Streaming</i> CNN Indonesia TV dalam laman <i>cnnindonesia.com</i>	58
Gambar 4. 9 Panel <i>Streaming</i> CNN Indonesia TV dalam Aplikasi CNN Indonesia	58
Gambar 4. 10 Panel <i>Streaming</i> CNN Indonesia TV di laman <i>detik.com</i>	59
Gambar 4. 11 Konten yang dibuat oleh Tim <i>Native Video</i>	64
Gambar 4. 12 Teknologi <i>Immersive</i> pada tayangan CNN Indonesia TV.....	65
Gambar 4. 13 Liputan menggunakan Teknologi Camera 360	67