

**Analisis Resepsi Program Olahraga Di Televisi Terhadap
Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelas Sarjana Ilmu Komunikasi



NAMA: KHURAZA NUR ZAHRA

NIM: 1191003059

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar milik saya sendiri.

Nama : Khuraza Nur Zahra

NIM : 1191003059

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Khuraza Nur Zahra', is centered within a light gray rectangular box.

Pada Tanggal : 28 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Khuraza Nur Zahra
NIM : 1191003059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Program Olahraga Di
Televisi Terhadap Pertandingan Daihatsu
Indonesia Masters 2023

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, S.S, M.Si., Ph.D. ()

Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A ()

Penguji 2 : Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal, 28 Agustus 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji tercurah limpahkan pada Allah SWT, yang dengan rahmat, pertolongan-Nya, dan atas ridho-Nya, saya berhasil menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Resepsi Program Olahraga di Televisi terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023”. Saya menyadari bahwa perjalanan dari masa perkuliahan hingga penyusunan Skripsi ini tidaklah mudah, dan tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, saya sulit untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan tulus saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat sehat, iman, dan jasmani, serta rahmat-Nya yang telah membimbing langkah-langkah saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta atas dukungan, doa, dan cinta tanpa henti yang mereka berikan selama perjalanan penulisan skripsi ini.
3. Eli Jamilah Mihardja, S.S., M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Dessy Kania, B.A., M.A., dosen penguji seminar proposal dan Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si, dosen penguji sidang akhir skripsi yang telah memberikan arahan berharga untuk menghasilkan skripsi saya yang lebih baik.
5. Diri saya sendiri yang terus berusaha gigih menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie, dan sampai pada tahap penyusunan penelitian tugas akhir sesuai harapan.
6. Para informan (Aisyah, Vivi, Nanda, Celine, Tama, Pandhu) yang dengan sukarela meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Rekan-rekan Hani, Jasmine, Reagen, dan rekan lainnya yang turut memberikan dukungan, bantuan, serta dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman komunal 19 dan seluruh teman-teman *Marketing Communication* angkatan 19 yang telah menjadi supportive dalam menjalankan perkuliahan ini.

Akhir kata, saya sadar bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan semua pihak yang telah memberikan kontribusi. Semoga ucapan terima kasih ini mencerminkan rasa syukur saya yang mendalam atas peran mereka dalam penulisan skripsi ini.

Saya telah berupaya semaksimal mungkin dalam menyusun Tugas Akhir ini. Jika terdapat aspek-aspek yang perlu perbaikan, saya dengan tulus mengharapkan saran dan masukan konstruktif dari pembaca maupun pihak terkait. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua yang terlibat.

Jakarta, 28 Agustus 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Khuraza Nur Zahra
Nim : 1191003059
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 Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Resepsi Program Olahraga Di Televisi Terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, 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 : 28 Agustus 2023

Yang menyatakan



Khuraza Nur Zahra

Analisis Resepsi Program Olahraga Di Televisi Terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023

Khuraza Nur Zahra

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi perubahan perilaku menonton televisi di Indonesia, khususnya dalam program olahraga, seiring dengan peluncuran program Analog Switch Off (ASO) yang menggeser televisi dari sinyal analog ke digital. Fokus utama adalah dampak perubahan ini terhadap respons penonton terhadap Daihatsu Indonesia Masters 2023. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pemahaman penonton, memberikan wawasan berharga bagi industri media dan stasiun televisi dalam pengembangan program olahraga yang lebih menarik dan relevan dengan minat dan kebutuhan penonton. Penelitian ini menerapkan pendekatan studi resepsi konstruktivis dengan pengumpulan data melalui FGD dan teknik triangulasi sumber data, serta analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian mengungkap tiga posisi resepsi penonton Daihatsu Indonesia Masters 2023: Dominant Hegemonic Reading, Negotiated Reading, Oppositional Reading. Dukungan kuat terhadap olahraga, atlet, dan popularitas MNC TV memainkan peran sentral dalam pilihan menonton. Diskusi melalui media massa meningkatkan pengetahuan dan hubungan dengan saluran TV dan komentator. Pemasaran olahraga menciptakan pengalaman emosional melalui branding turnamen dan hiburan. Televisi memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan pengalaman berkesan. Penonton Daihatsu Indonesia Masters 2023 memiliki pemahaman yang beragam, tingkat antusiasme tinggi terhadap bulu tangkis, preferensi terhadap MNC TV dan TVRI. Meskipun live streaming fleksibel, menonton di rumah memberikan kepuasan sosial. Kendala termasuk iklan lama dan masalah teknis. Saran teoritis meliputi analisis yang lebih spesifik, dampak emosional, studi segmentasi, dan penempatan iklan. Saran praktis termasuk optimalisasi media massa dan sosial, mendorong partisipasi, meningkatkan kualitas penyiaran, dan kolaborasi dengan atlet dan klub. Implikasinya mencakup strategi rebranding dan kampanye untuk membangun loyalitas dan interaksi dengan penonton.

KATA KUNCI: Perilaku menonton televisi, Program olahraga, *Analog Switch Off (ASO)*, Daihatsu Indonesia Masters 2023, Analisis Resepsi, Antusiasme penonton, Pemasaran Olahraga.

*Analysis of the Reception of Sports Programs on Television for the
2023 Daihatsu Indonesia Masters Match*

Khuraza Nur Zahra

ABSTRAK

This research explores changes in television viewing behavior in Indonesia, particularly in sports programs, following the launch of the Analog Switch Off (ASO) program which shifted television signals from analog to digital. The main focus is the impact of these changes on the audience's response to the Daihatsu Indonesia Masters 2023. The aim of this research is to identify audience understanding, providing valuable insights for the media industry and television stations in developing sports programs that are more interesting and relevant to the interests and needs of the audience. This study applies a constructivist reception study approach by collecting data through FGDs and triangulation of data sources, as well as data analysis based on the Miles and Huberman model. The results of the study reveal three positions for the reception of the Daihatsu Indonesia Masters 2023 audience: Dominant Hegemonic Reading, Negotiated Reading, Oppositional Reading. Strong support for sports, athletes, and the popularity of MNC TV play a central role in viewing choices. Discussion through the mass media increases knowledge and relationships with TV channels and commentators. Sports marketing creates emotional experiences through tournament and entertainment branding. Television provides information, education, entertainment, and memorable experiences. The audience for the Daihatsu Indonesia Masters 2023 has diverse understandings, a high level of enthusiasm for badminton, a preference for MNC TV and TVRI. While live streaming is flexible, watching at home provides social satisfaction. Obstacles include old ads and technical issues. Theoretical suggestions include more specific analysis, emotional impact, segmentation studies, and ad placement. Practical advice includes optimizing mass and social media, encouraging participation, improving broadcast quality, and collaboration with athletes and clubs. The implications include rebranding strategies and campaigns to build loyalty and engagement with audiences.

KEY WORDS: *Watching Television, Sports Program, Switch Off Behavior Analog (ASO), Daihatsu Indonesia Masters 2023, Reception Analysis, Audience Enthusiasm, Sports Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRAK</i>.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Relevan.....	9
2.1.1 Komunikasi Massa.....	9

2.1.1.1	Fungsi Komunikasi Massa	10
2.1.1.2	Dampak Komunikasi Massa.....	11
2.1.2	Media.....	13
2.1.2.1	Pemasaran Olahraga	13
2.1.2.2	Peran Media Dalam Pemasaran Olahraga	14
2.1.3	Televisi	15
2.1.4	Analisis Resepsi Program Televisi.....	18
2.2	Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaharuan.....	20
2.3	Model Kerangka Pemikiran.....	27
	28
	BAB III.....	29
	METODE PENELITIAN	29
3.1	Desain dan Pendekatan.....	29
3.2	Objek, Subjek dan Pelaksanaan Penelitian.....	30
3.3	Pengumpulan Data	31
3.3.1	Sumber Data Primer	31
3.3.2	Sumber Data Sekunder.....	31
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4	Teknik Analisis Data.....	32
3.5	Triangulasi data	33
3.6	Operasionalisasi Konsep	35
	BAB IV.....	38
	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran konteks	38

4.1.1	Program Olahraga di Televisi Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023	38
4.1.2	Profil Informan.....	42
4.2	Penyajian data.....	44
4.2.1	Focus Group Discussion.....	44
4.2.1.1	Analisis Resepsi Penonton terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023 berdasarkan Posisi <i>Hegemonic Dominant Reading</i> .	44
4.2.1.2	Analisis Resepsi Penonton terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023 berdasarkan Posisi <i>Negotiated Reading</i>	64
4.2.1.3	Analisis Resepsi Penonton terhadap Pertandingan Daihatsu Indonesia Masters 2023 berdasarkan Posisi <i>Oppositional Reading</i>	84
4.3	Pembahasan dan Diskusi	85
4.3.1	Komunikasi Massa dan Resepsi Program Olahraga di Televisi.....	88
4.3.2	Fungsi Komunikasi Massa dalam Konteks Program Olahraga di Televisi	95
4.3.3	Pemasaran Program Olahraga di Televisi dalam Resepsi Pertandingan <i>Badminton</i>	102
4.3.4	Peran Media Dalam Resepsi Pemasaran Program Olahraga <i>Badminton</i> Di Televisi.....	106
4.3.5	Fungsi Televisi dalam Resepsi Program Olahraga.....	108
BAB V	113
SIMPULAN DAN SARAN	113
5.1	Simpulan.....	113
5.2	Kendala dan Keterbatasan	116
5.3	Saran dan Implikasi	116
5.3.1	Saran Teoritis.....	116

5.3.2	Saran Praktisi	117
5.3.3	Implikasi.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....		118
LAMPIRAN.....		123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1 GlobalWebIndex Survei.....	2
Gambar 1-2 Visi Teliti Survei.....	3
Gambar 1-3 Indikator Politik Survei	4
Gambar 1-4 Nielsen Sport Twitter Survei	6
Gambar 2-1 Stuart Hall Encoding and Decoding Model	18
Gambar 4-1 Daihatsu Indonesia Master	38
Gambar 4-2 Istora Stadium, Senayan.....	39
Gambar 4-3 Istora Stadium, Senayan.....	39
Gambar 4-4 LED Screen Outside the Venue	40
Gambar 4-5 Poster Pertandingan di TV	40
Gambar 4-6 Streaming RCTI+ (iNewsTV).....	41
Gambar 4-7 Streaming RCTI+ (MNCTV)	41

DAFTAR TABEL

Table 2-1 Penelitian Sebelumnya	23
Table 2-2 Kerangka Pemikiran	28
Table 3-1 Operasionalisasi Konsep	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip <i>Focus group discussion</i> Kelompok 1	123
Lampiran 2 Transkrip <i>Focus group discussion</i> Kelompok 2	162
Lampiran 3 Coding Wawancara.....	192
Lampiran 4 Dokumentasi.....	234