

**Analisis Implementasi Strategi Transformasi Konvergensi pada Industri
Broadcasting (Studi Kasus pada Penonton ANTV)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



NABILA RATNA NOVITA

1221911007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2024

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 : Nabila Ratna Novita

NIM : 1221911007

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nabila Ratna Novita

NIM : 1221911007

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Implementasi Strategi Transformasi Konvergensi
pada Industri Broadcasting (Studi Kasus pada Penonton
ANTV)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE., MM.

Penguji : Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D

Penguji : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, perjalanan akademis saya hingga penyelesaian Tugas Akhir ini tidak akan mudah. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, saya ingin menyampaikan terima kasih saya kepada:

1. Ibu Dominica A. Widyastuti SE., MM, selaku dosen pembimbing saya yang telah mencurahkan waktu, tenaga serta pemikiran untuk memberikan arahan dan dukungan kepada saya selama penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D, selaku dosen penguji 1 (satu) sidang tugas akhir saya, yang telah berkenan memberikan arahan hingga Tugas Akhir saya dapat terselesaikan dengan baik;
3. Bapak Arif Bimantoro Suharko, Ph.D, selaku dosen penguji seminar proposal dan dosen penguji 2 (dua) sidang tugas akhir saya, yang telah memberikan saran konstruktif dalam membantu menyempurnakan Tugas Akhir saya;
4. Keluarga Penulis, khususnya kedua orang tua tercinta dan kakak tersayang, yang tidak hentinya mendoakan, mengingatkan dan selalu menjadi *support system* terbaik bagi Penulis;
5. Rekan dekat Penulis, yang senantiasa telah mencurahkan dukungan terbaiknya dari berbagai aspek sepanjang masa kuliah hingga penyusunan Tugas Akhir ini;
6. Teman-teman Penulis satu angkatan Manajemen Kelas Karyawan Universitas, khususnya Mba Winda, Resti, dkk terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah terjalin selama ini;

7. Seluruh pihak yang terkait, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam berbagai bentuk yang sangat berarti bagi penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini menjadi kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nabila Ratna Novita
NIM : 1221911007
Program Studi : Manajemen
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 Implementasi Strategi Transformasi Konvergensi pada Industri Broadcasting (Studi Kasus pada Penonton ANTV).

Beserta pangkat 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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Agustus 2024

Yang menyatakan



Nabila Ratna Novita

Analisis Implementasi Strategi Transformasi Konvergensi pada Industri Broadcasting (Studi Kasus pada Penonton ANTV)

Nabila Ratna Novita

ABSTRAK

Industri pertelevisian telah bertransformasi seiring perkembangan teknologi informasi, konvergensi menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan platform media. Memahami preferensi konsumen dan dampak strategi konvergensi terhadap loyalitas menjadi penting, karena konsumen kini tidak hanya mengandalkan televisi tradisional tetapi juga aktif di platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh preferensi penonton akan tayangan ANTV serta mengacu pada loyalitas penonton terhadap penerapan strategi konvergensi yang dilakukan. Peneliti menggunakan konsep klasifikasi teori “Konvergensi Kontinum” yang diusung oleh Dailey, Demo dan Spillman, klasifikasi teori “*Hierarchy of Effect*” oleh Kotler & Keller (2016), serta klasifikasi teori oleh Dick dan Basu (1994). Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menjelaskan secara jelas bagaimana implementasi strategi konvergensi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa strategi konvergensi ANTV telah efektif dalam meningkatkan kesadaran, kepuasan, dan keterlibatan penonton melalui pemanfaatan platform digital dan penyajian konten genre India. Meskipun demikian, terdapat beberapa hambatan teknis yang mengganggu loyalitas penonton, menunjukkan perlunya perhatian lebih pada aspek teknis untuk mengoptimalkan strategi konvergensi.

Kata kunci: Strategi Konvergensi, Preferensi Penonton Televisi, Loyalitas Penonton Televisi

***Analysis of the Implementation of Convergence Transformation Strategy in the
Broadcasting Industry (Case Study on ANTV Viewers)***

Nabila Ratna Novita

ABSTRACT

The television industry has undergone a transformation with the advancement of information technology, making convergence a key factor in optimizing media platforms. Understanding consumer preferences and the impact of convergence strategies on loyalty is crucial, as consumers now rely not only on traditional television but also actively engage with digital platforms. This study aims to examine the influence of audience preferences for ANTV programming and their loyalty to the convergence strategies implemented by the network. Utilizing the “Convergence Continuum” theory by Dailey, Demo, and Spillman, the “Hierarchy of Effect” theory by Kotler & Keller (2016), and the theory by Dick and Basu (1994). The author uses qualitative methods to clearly explain the implementation of convergence strategies. The analysis concludes that ANTV's convergence strategy has been effective in enhancing audience awareness, satisfaction, and engagement through digital platforms and the presentation of Indian genre content. However, technical issues remain a challenge, impacting viewer loyalty and indicating the need for further attention to technical aspects to optimize convergence strategies.

Keywords: Convergence Strategy, Television Audience Preferences, Television Viewer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kontribusi Penelitian	7
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Definisi Strategi Transformasi Konvergensi Media.....	8
2.2.1 Dimensi Konvergensi.....	9
2.2.2 Model Konvergensi Kontinum.....	11
2.2.3 Konvergensi Jurnalistik	12
2.2 Preferensi Konsumen.....	14
2.2.1 Definisi Preferensi Konsumen	14
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen.....	15
2.2.3 Tahapan Preferensi Konsumen.....	17

2.3	Loyalitas Konsumen	18
2.3.1	Definisi Loyalitas Konsumen	18
2.3.2	Tahapan Loyalitas Konsumen.....	19
2.3.3	Indikator Loyalitas Konsumen.....	20
2.3.4	Loyalitas Penonton Televisi	21
2.4	Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	22
2.5	Kerangka Pemikiran	30
BAB III.....		32
METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Metode Penelitian	32
3.2	Subjek Penelitian	32
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	35
3.5	Teknik Analisis Data	42
3.6	Teknik Pengujian Pengabsahan Data	44
3.7	Batasan Penelitian.....	45
BAB IV.....		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	55
4.3	Hasil Penelitian	56
4.4	Pembahasan	90
BAB V.....		93
PENUTUP.....		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		97

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	26
TABEL 2.2 Kerangka Pemikiran	32
TABEL 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	37
TABEL 4.1 Sebaran <i>Digital Platform</i> ANTV.....	51
TABEL 4.2 Deskripsi Program dan Aktivasi ANTV.....	52
TABEL 4.3 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Awareness</i>	59
TABEL 4.4 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Knowledge</i>	62
TABEL 4.5 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Liking</i>	65
TABEL 4.6 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Preference</i>	68
TABEL 4.7 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Conviction</i>	71
TABEL 4.8 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi <i>Purchase</i>	74
TABEL 4.9 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Evaluasi Kognitif.....	77
TABEL 4.10 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Evaluasi Afektif.....	81
TABEL 4.11 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Evaluasi Konatif.....	85
TABEL 4.12 Tabulasi/Kategorisasi Kesimpulan Hasil Wawancara Terkait Implementasi Strategi Konvergensi Pada Preferensi dan Loyalitas Penonton ANTV.....	87

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Presentase Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Media	2
GAMBAR 1.2 Logo ANTV	3
GAMBAR 1.3 Program ANTV (Periode Desember 2023)	4
GAMBAR 2.1 Model Konvergensi Media	8
GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi ANTV	50
GAMBAR 4.2 Perolehan Pendapatan ANTV Digital – Youtube Views.....	91