

**PENGARUH KUALITAS PROGRAM SIARAN, BRAND
IMAGE, DAN AKSESIBILITAS SIARAN TERHADAP
LOYALITAS PENONTON TVONE DI JABODETABEK**

TESIS



GUNTUR PRIHANDONO

2221011055

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PROGRAM SIARAN, BRAND
IMAGE, DAN AKSESIBILITAS SIARAN TERHADAP
LOYALITAS PENONTON TVONE DI JABODETABEK**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



GUNTUR PRIHANDONO

2221011055

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

NAMA : GUNTUR PRIHANDONO

NIM : 2221011055

Tanda Tangan :

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Guntur Prihandono', written over a horizontal line.

Tanggal : November 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : GUNTUR PRIHANDONO
NIM : 2221011055
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : PENGARUH KUALITAS PROGRAM SIARAN,
BRAND IMAGE, DAN AKSESIBILITAS
SIARAN TERHADAP LOYALITAS PENONTON
TVONE DI JABODETABEK

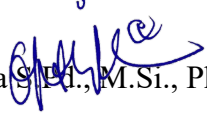
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

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



Penguji 1 : Prof. Muchsin Saggaf Shihab, SE., MSc., MBA., Ph.D. ()
Muchsin

Penguji 2 : Ovalia S. E., M.Si., Ph.D. ()

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : November 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, maka penulisan Tesis ini tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D., selaku dosen pembimbing Tesis saya, yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga dalam membimbing, memberikan arahan dalam setiap sesi bimbingan sehingga saya mampu menyelesaikan tesis ini.
2. Yang terhormat Ketua Prodi MM Bapak Arief Bimantoro Suharko, BSSE., M.Sc., Ph.D yang membantu saya berdiskusi dalam masa akademis.
3. Yang terhormat Prof. Muchsin Saggaf Shihab, SE., MSc., MBA., Ph.D., yang juga telah memberikan arahan dan bimbingan pada proses sidang akhir Tesis ini.
4. Yang terhormat Ibu Ovalia S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan sejak proposal dan sidang akhir.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar dan Staf Program Studi MM Universitas Universitas Bakrie.
6. Kepada Istri dan anak saya tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dalam perjalanan akademis menempuh pendidikan S2 ini.
7. Rekan-rekan dan para sahabat seperjuangan di perkuliahan MM Bakrie batch 18 yang telah banyak membantu, saling support dan menguatkan agar dapat menyelesaikan studi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Jakarta



Guntur Prihandono

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : GUNTUR PRIHANDONO
NIM : 2221011055
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Tesis

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:

PENGARUH KUALITAS PROGRAM SIARAN, BRAND IMAGE, DAN AKSESIBILITAS SIARAN TERHADAP LOYALITAS PENONTON TVONE DI JABODETABEK

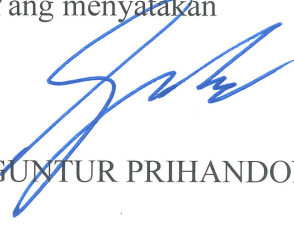
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : November 2025

Yang menyatakan


GUNTUR PRIHANDONO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas program siaran, brand image, dan aksesibilitas siaran terhadap loyalitas penonton TVOne di wilayah Jabodetabek. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kesetiaan audiens terhadap stasiun televisi berita nasional dalam konteks transformasi digital media. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei daring menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala semantik diferensial tujuh poin (1–7), yang dirancang untuk mengukur persepsi dan sikap penonton secara lebih sensitif dan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden: berdomisili di Jabodetabek, berusia di atas 17 tahun, dan merupakan penonton aktif TVOne dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 responden, sesuai dengan rekomendasi Hair et al. (2017) untuk analisis Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Studi ini mengungkapkan bahwa loyalitas penonton TVOne terutama dibentuk oleh citra merek yang kuat dan aksesibilitas siaran yang tinggi, alih-alih oleh kualitas teknis programnya. Identitas merek yang kredibel dan konsisten menumbuhkan kepercayaan dan ikatan emosional, sementara kemudahan mengakses konten TVOne melalui berbagai platform digital meningkatkan kenyamanan dan keterlibatan menonton. Sebaliknya, kualitas program saja tidak secara signifikan menentukan loyalitas, menunjukkan bahwa penonton lebih mengutamakan keandalan dan aksesibilitas daripada estetika produksi. Hasil ini sejalan dengan Teori Diskonfirmasi Harapan (EDT) dan Teori Kegunaan dan Gratifikasi (UGT), yang menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas penonton muncul ketika ekspektasi akan informasi yang kredibel, akses yang mudah, dan penyampaian konten yang tepercaya terpenuhi secara konsisten di seluruh saluran media.

Kata Kunci: Kualitas Program Siaran, Brand Image, Aksesibilitas Siaran, Loyalitas Penonton, TVOne, Jabodetabek

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of broadcast program quality, brand image, and broadcast accessibility on TVOne viewer loyalty in the Greater Jakarta area. The research focused on understanding the factors influencing audience loyalty to the national news television station in the context of digital media transformation. The approach used was quantitative, using an online survey method using a closed-ended questionnaire based on a seven-point semantic differential scale (1–7), designed to measure audience perceptions and attitudes more sensitively and descriptively. The sampling technique used purposive sampling with the following criteria: respondents residing in Greater Jakarta, aged 17 years and over, and active TVOne viewers in the past month. The sample size was 200 respondents, in accordance with the recommendations of Hair et al. (2017) for Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis.

The study reveals that TVOne viewer loyalty is shaped primarily by a strong brand image and high broadcast accessibility, rather than by the technical quality of its programs. A credible and consistent brand identity fosters trust and emotional attachment, while the ease of accessing TVOne content through multiple digital platforms enhances viewing convenience and engagement. In contrast, program quality alone does not significantly determine loyalty, suggesting that viewers prioritize reliability and accessibility over production aesthetics. These results align with Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) and Uses and Gratifications Theory (UGT), indicating that audience satisfaction and loyalty arise when expectations for credible information, convenient access, and trustworthy content delivery are consistently met across media channels.

Keywords: Broadcast Program Quality, Brand Image, Broadcast Accessibility, Audience Loyalty, TVOne, Jabodetabek

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GABAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Praktis.....	12
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Loyalitas Penonton	15
2.2. Kualitas Program Siaran.....	20
2.3. Brand Image	23
2.4. Aksesibilitas Siaran	26
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	30
2.5.1. Pengaruh Kualitas Program Siaran Terhadap Loyalitas Penonton TVOne Di Jabodetabek	30
2.5.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Penonton TVOne Di Jabodetabek	30
2.5.3. Pengaruh Aksesibilitas Siaran Terhadap Loyalitas Penonton TVOne Di Jabodetabek	31
2.5.4. Pengaruh Kualitas Program Siaran, Brand Image, dan Aksesibilitas Siaran Terhadap Loyalitas Penonton TVOne Di Jabodetabek	32
2.6. Kerangka Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Obyek Penelitian	35
3.2. Metode Pengumpulan Data	36
3.3. Metode Sampling.....	37
3.4. Metode Analisis Data	38
3.5. Operasionalisasi Variabel	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Demografi Responden.....	44
4.2. Statistik Deskriptif Penelitian.....	46
4.3. Model Path Diagram.....	48
4.4. Outer Model.....	49
4.5. Inner Model	56
4.6. Pembahasan	59
4.6.1. Pengaruh Kualitas Program Siaran terhadap Loyalitas Penonton	59

4.6.2.	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Penonton	61
4.6.3.	Pengaruh Aksesibilitas Siaran terhadap Loyalitas Penonton.....	63
4.6.4.	Pengaruh Simultan Ketiga Variabel terhadap Loyalitas	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Saran Manajerial.....	69
5.3.	Saran Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.01 Indikator Loyalitas Penonton	18
Tabel 2.02 Indikator Kualitas Program Siaran	21
Tabel 2.03 Indikator Brand Image.....	25
Tabel 2.04 Indikator Aksesibilitas Siaran.....	28
Tabel 3.01 Operasionaliasi Variabel.....	41
Tabel 4.01 Demografi Responden.....	44
Tabel 4.02 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	46
Tabel 4.03 Nilai Outer Loading	52
Tabel 4.04 Konstruk Reliabilitas & Validitas.....	53
Tabel 4.05 Validitas Diskriminan HTMT	55
Tabel 4.06 Koefisien Jalur.....	56
Tabel 4.07 Hasil Analisis Simultan	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.01 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 4.01 Model Path Diagram.....	48
Gambar 4.02 Hasil Estimasi Nilai Outer Loading.....	50
Gambar 4.03 Hasil Estimasi Nilai Outer Loading Terevaluasi	51
Gambar 4.04 Hasil Bootstraping.....	56