

**EFEK *ANALOG SWITCH-OFF* (ASO) DALAM *BRAND IMAGE*
TVONE SEBAGAI TV PEMILU JELANG TAHUN POLITIK
TERHADAP MINAT MENONTON PEMIRSA DI JAKARTA**

TESIS

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



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

TYSA NOVENNY

2211001045

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Tysa Novenny

NIM : 2211001045

Tanda Tangan :



Tanggal : 7 Mei 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Tysa Novenny

Nim : 2211001045

Program Studi : Magister Manajemen

Judul tesis : Efek *Analog Switch-Off* (Aso) Dalam *Brand Image* Tvone Sebagai Tv Pemilu Jelang Tahun Politik Terhadap Minat Menonton Pemirsa Di Jakarta

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 : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD


(Muchsin)

Penguji : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.


()

: Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M.


()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Mei 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, izin dan segala nikmat serta karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul "**Efek Analog Switch-Off (Aso) Dalam Brand Image Tvone Sebagai Tv Pemilu Jelang Tahun Politik Terhadap Minat Menonton Pemirsa Di Jakarta**". Penulisan Tesis ini dalam rangka pemenuhan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulisan dalam menyelesaikan Tesis ini adalah berkat dari Allah SWT serta tidak terlepas dari bantuan semua pihak mulai dari masa awal penyusunan hingga akhir perkuliahan. Penulis berterima kasih kepada pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian Tesis dan secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- 1) Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Bakrie.
- 2) Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc.,MBA, Phd selaku dosen pembimbing atas arahan, dorongan. waktu, dan bimbingan beliau sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
- 3) Ibu DR. Lenny Christina Nawangsari,ST., M.M. selaku dosen pembahas dan dosen penguji
- 4) Ibu DR. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., Msi. Selaku dosen penguji
- 5) Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie, sekaligus Dosen pembimbing akademik.
- 6) Segenap keluarga besar PT Lativi Media Karya (tvOne) yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan riset sehingga Tesis ini dapat diselesaikan oleh penulis dengan baik dan bermakna.
- 7) Mama dan Papa tersayang yang dengan tulus memberikan doa dan memberikan motivasi ketika semangat kendor.

- 8) Seluruh staf pengajar administrasi Universitas Bakrie kesungguhnya memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama menempuh Pendidikan magister di Universitas Bakrie.
- 9) Seluruh teman-teman penulis di Batch 16 Magister Manajemen Universitas Bakrie, yang selalu memberikan motivasi dan dorongan sehingga penulis menempuh Pendidikan ini dengan sangat baik.

Penulis terbuka atas saran dan masukan sehingga penulis dapat menulis lebih baik dikemudian hari. Semoga Tesis dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama dalam lingkungan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie serta seluruh pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf bila ada kata-kata dalam penyampaian yang kurang berkenan. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 7 Mei 2024

Tysa Novenny

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Tysa Novenny
NIM : 2211001045
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : kuantitatif

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non- eksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Efek *Analog Switch-Off (Aso)* dalam *Brand Image* tvOne Sebagai TV Pemilu Jelang Tahun Politik Terhadap Minat Menonton Pemirsanya di Jakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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: 7 Mei 2024

Yang menyatakan



(Tysa Novenny)

**Efek *Analog Switch-Off* (Aso) dalam *Brand Image* tvOne Sebagai TV Pemilu
Jelang Tahun Politik Terhadap Minat Menonton Pemirsa di Jakarta**

Tesis oleh Tysa Novenny

Pembimbing Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis keterkaitan antara *analog switch-off*, *brand image* dan minat menonton. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 400 responden dan tersebar di kota Jakarta. Pengujian validitas sampel dilakukan dengan uji *loading factor* dan *average variance extracted* (AVE) sedangkan pengujian reliabilitas menggunakan uji *internal consistency* berdasarkan nilai *composite reliability*. Uji validitas dengan *loading factor* dan nilai AVE menunjukkan nilai yang valid. Pengujian reliabilitas dengan uji *internal consistency* mempunyai nilai *composite reliability* yang memenuhi kriteria. Berdasarkan hasil pengujian, terdapat tujuh pernyataan indikator variabel yang belum memenuhi nilai $>0,70$, sehingga ketujuh indikator tersebut tidak digunakan dan dilakukan kalkulasi ulang. Hasil kalkulasi ulang telah memenuhi kriteria validitas dan realibilitas. Hasil uji hipotesis dengan SmartPLS 4.0 menunjukkan bahwa *analog switch-off* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton, serta *analog switch-off* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton yang dimediasi oleh *brand image*.

Kata Kunci: analog switch-off, brand image, minat menonton, election channel, digital television

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	ivv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	iix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN, KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	8
2.1 Deskripsi Objek Penelitian	8
2.1.1 TV One	8
2.1.2 Deskripsi Industri Televisi.....	10
2.2 Kajian Pustaka	11
2.2.1 Analog Switch-Off (ASO).....	11
2.2.2 Brand Image (Citra Merek).....	12
2.2.3 Minat Menonton	14
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 <i>Press and Blow</i>	20
2.4.1 Pengaruh Analog Switch-Off Terhadap Brand Image.....	20
2.4.2 Pengaruh Analog Switch-Off terhadap Minat Menonton.....	21
2.4.3 Pengaruh Brand Image terhadap Minat Menonton.....	21

2.4.4 Pengaruh Analog Switch-Off terhadap Minat Menonton yang dimediasi oleh Brand Image.....	22
2.4.5 Pengaruh Analog Switch-Off dan Brand Image terhadap Minat Menonton	22
2.5 Kerangka Pikiran	22
2.6 Hipotesis	23
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	24
3.2 Variabel Penelitian	25
3.3 Definisi Operasional	25
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	28
3.5 Populasi Penelitian	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel Penelitian	29
3.6 Sumber Data	31
3.7 Skala Pengukuran	31
3.8 Teknik Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	32
3.9 Alat Analisis Data	33
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Karakteristik Responden.....	34
4.1.2 Deskriptif Variabel	35
4.2 Analisa Data	40
4.2.1 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran).....	40
4.2.2 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)	53
4.2.3 Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	54
4.3 Ringkasan Singkat Koefisien Jalur (Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung)	56
4.4 Pembahasan	59
4.5 Implikasi Manajerial.....	63

4.6 Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB V.....	65
SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Variabel Tanggapan Responden.....	36
Tabel 4. 3 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel <i>Analog Switch-Off</i>	44
Tabel 4. 4 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel <i>Analog Switch-Off</i> (setelah modifikasi)	45
Tabel 4. 5 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel <i>Brand image (X2)</i>	46
Tabel 4. 6 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Minat Menonton (Y)	48
Tabel 4. 7 Nilai <i>Discriminant Validity Analog Switch-Off (X1)</i>	49
Tabel 4. 8 Nilai <i>Discriminant Validity Brand image (X2)</i>	49
Tabel 4. 9 Nilai <i>Discriminant Validity Minat Menonton (Y)</i>	50
Tabel 4. 10 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
Tabel 4. 11 Nilai <i>Composite Reliability (rho_a)</i>	52
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	52
Tabel 4. 13 Nilai <i>R-square</i>	53
Tabel 4. 14 Nilai <i>Q-square</i>	54
Tabel 4. 15 Pengaruh Langsung	55
Tabel 4. 16 Ringkasan Hasil Hipotesis (1)	57
Tabel 4. 17 Ringkasan Hasil Hipotesis (2).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Market Share</i> stasiun TV	3
Gambar 1. 2 <i>News Channel Monthly Performance 2022-2023</i>	4
Gambar 2. 1 Profil Penonton TV Berita	10
Gambar 2. 2 Kerangka Pikiran	23
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	24
Gambar 4. 1 Hasil Konstruk Model Penelitian dengan Menggunakan SPLS	41
Gambar 4. 2 Hasil Konstruk Model Penelitian dengan Menggunakan SPLS (setelah modifikasi)	42
Gambar 4. 3 Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel <i>Analog Switch-Off</i>	43
Gambar 4. 4 Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel <i>Analog Switch-Off</i> (setelah modifikasi)	44
Gambar 4. 5 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel <i>Brand image (X2)</i>	46
Gambar 4. 6 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Minat Menonton	47

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER.....68