



**STRATEGI REDAKSI DALAM  
MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN SPONSOR DAN  
MENJAGA KETERIKATAN DENGAN PEMIRSA  
(Studi Kasus *Breaking News* dan Tayangan Olahraga di KompasTV)**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pasca Sarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**OLEH  
YULIKA SATRIA DAYA  
55217110057**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**

## ABSTRACT

*This study aims to determine the background, strategy, new mechanism of KompasTV editorial in order to increase sponsor relationship and maintaining audience engagement by managing two live programs simultaneously (Breaking News and sports shows) on a multiplatform basis. Research using the theory of Social Construction of Technology (SCoT) developed by Pinch and Bijker consists of 4 (four) elements, namely relevant social groups, interpretative flexibility, closure and stabilization and a wider context. Apart from that, this research also uses the SWOT concept and the management of broadcasting institutions. Through a case study method with a qualitative approach and a constructivist paradigm, researchers obtain data through observation, interviews, and documentation. The results show that KompasTV editors manage the broadcasting of two multiplatform live programs together with the background of affirming their identity as a news television station, maintaining business commitment with sports program sponsors that have been agreed upon beforehand, and maintaining audience engagement. This strategy was implemented multiplatform by utilizing new media technology (Youtube, Facebook, and Website) in addition to old media (terrestrial broadcasts).*

*Keywords: Breaking News, multiplatform, television sport program production, SCoT*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang, strategi, dan mekanisme baru redaksi KompasTV dalam meningkatkan hubungan dengan sponsor dan menjaga keterikatan dengan pemirsa melalui pengelolaan dua program *live* bersamaan (*Breaking News* dan tayangan olahraga) multiplatform. Penelitian menggunakan teori Social Construction of Technology (ScoT) dikembangkan Pinch dan Bijker terdiri dari 4 (empat) element yaitu *relevant social group*, *interpretative flexibility*, *closure and stabilisations* dan *wider context*. Selain itu, penelitian juga menggunakan konsep SWOT dan manajemen lembaga penyiaran. Melalui metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis, peneliti mendapatkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan redaksi KompasTV melakukan pengelolaan penayangan dua program *live* bersamaan multiplatform dilatarbelakangi meneguhkan identitas sebagai stasiun televisi berita, menjaga komitmen bisnis dengan pihak sponsor program olahraga yang telah disepakati sebelumnya, dan menjaga keterikatan pemirsa. Strategi ini diterapkan secara multiplatform dengan memanfaatkan teknologi media baru (Youtube, Facebook, dan Website) selain media lama (siaran terestrial).

Kata Kunci: *Breaking News*, multiplatform, produksi program olahraga televisi



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih serta Maha Penyayang, penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, shalawat serta salam juga kami curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Atas rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan tesis yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 2 (S2) Program Pascasarjana dan meraih gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pengelolaan dua program live bersamaan dengan judul tesis “Strategi Redaksi dalam Meningkatkan Hubungan dengan Sponsor dan Menjaga Keterikatan dengan Pemirsa (Studi Kasus *Breaking News* dan Tayangan Olahraga di KompasTV)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekeliruan, dan juga dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana dan Ketua Sidang yang sangat membantu penulis sejak akan masuk kuliah hingga lulus.
2. Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang tiada henti-hentinya memberikan bantuan dan dukungan dengan sabar kepada penulis sejak kuliah hingga lulus.
3. Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku Penguji Ahli yang telah mengkritisi dan membantu penulis dalam penyempurnaan tesis.

4. Dosen-dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah mewarisi ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama kuliah dan semoga menjadi ladang pahala bersama.
5. Ibunda Yunidar, ayahanda Syarmada Kadan (alm), dan adik-adik Yusan Dikara sekeluarga, Arisa Wiratama sekeluarga, dan Arba Praja Sandaya sekeluarga yang senantiasa mendoakan dan mencurahkan cinta kasih sayang tiada henti kepada penulis.
6. Istri tercinta Rika Andriana dan ananda M. Rava Yusri Divanka yang telah memberikan cinta dan dukungan tak terhingga kepada penulis.
7. Raymond Kaya selaku senior, guru, dan rekan yang mendorong penulis untuk melanjutkan pendidikan S2 dan memberikan bantuan besar kepada penulis.
8. Rekan-rekan di KompasTV Cak Eko, Beno, Tyo, Rully, Riza, Vina, Wensur, Jaka, Dessy, Dion, Arif, Tria, dan lainnya yang tak cukup penulis sebutkan satu persatu atas bantuan dan dukungan selama penulis melanjutkan pendidikan S2 hingga lulus.
9. Teman-teman seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Agung, Handa, Sisil, Inaya, Winda, Luna, Linda, Tere, dan lainnya yang tak cukup penulis sebut satu persatu atas dukungan dan bantuan dalam hubungan pertemanan yang terjalin.

Penulis menyadari proses penulisan tesis ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis berharap masukan dan kritikan yang membangun demi penyempurnaan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 26 Februari 2021

Yulika Satria Daya



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama : Yulika Satria Daya  
NIM : 55217110057  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis  
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Redaksi dalam Meningkatkan Hubungan dengan Sponsor dan Menjaga Keterikatan dengan Pemirsa (Studi Kasus *Breaking News* dan Tayangan Olahraga di KompasTV)

Jakarta, 26 Februari 2021  
Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Ponco Budi Sulistyio, M.Comm., Ph.D)

Direktur Program Pasca Sarjana  
Komunikasi,

(Prof.Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Ilmu

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Redaksi dalam Meningkatkan Hubungan dengan Sponsor dan Menjaga Keterikatan dengan Pemirsa (Studi Kasus *Breaking News* dan Tayangan Olahraga di KompasTV)

Nama Lengkap : Yulika Satria Daya  
NIM : 55217110057  
Program : Pascasarjana  
Tanggal : 26 Februari 2021

Merupakan hasil karya studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis ini di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Februari 2021





## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Yulika Satria Daya  
NIM : 55217110057  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“STRATEGI REDAKSI DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN SPONSOR DAN MENJAGA KETERIKATAN DENGAN PEMIRSA (Studi Kasus *Breaking News* dan Tayangan Olahraga di KompasTV)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Februari 2021 didapatkan nilai persentase sebesar 14%.

Jakarta, 18 Februari 2021  
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	vi
<b>PERNYATAAN</b> .....	vii
<b>CEK SIMILARITY</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	01
1.1 Latar Belakang Masalah.....	01
1.2 Identifikasi Masalah.....	05
1.3 Fokus Penelitian.....	05
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	06
1.4.1 Maksud Penelitian.....	06
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	06
1.5 Manfaat Penelitian.....	07
1.5.1 Manfaat Akademis.....	07
1.5.2 Manfaat Praktis.....	07
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	08
2.1 Penelitian Terdahulu.....	07
2.2 Kajian Teori.....	18
2.2.1 Social Construction of Technology.....	18
2.2.2 Strategi dan Manajemen Media.....	22
2.2.3 Penyiaran Televisi.....	26
2.2.4 Program Televisi.....	31
2.2.5 Teknologi Media Baru dan Media Online.....	36
2.2.6 Audiens.....	40
2.2.7 Sponsorship.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	46
3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Paradigma Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian.....	47
3.4 Informan.....	48

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1 Wawancara.....	50
3.6.2 Dokumentasi.....	51
3.6.3 Observasi.....	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1 Triangulasi Data.....	52
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah KompasTV.....	53
4.1.2 Visi dan Misi KompasTV.....	55
4.1.3 Perkembangan <i>Tagline</i> KompasTV.....	55
4.1.4 Logo KompasTV.....	56
4.1.5 Identitas KompasTV.....	56
4.1.6 Aset Digital.....	57
4.1.7 Struktur Organisasi KompasTV.....	58
4.1.8 Departemen <i>News and Current Affair</i> .....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Latar Belakang Penayangan Dua Program <i>Live</i> Bersamaan Multiplatform.....	63
4.2.2 Strategi Manajemen Penayangan Dua Program <i>Live</i> Multiplatform.....	71
4.2.3 Mekanisme Baru Penayangan Dua Program <i>Live</i> Bersamaan Multiplatform.....	80
4.3 Pembahasan.....	82
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Akademis.....	96
5.2.2 Saran Praktis.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>141</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	09
Tabel 4.1	Competitive Programming Map 22 Oktober 2017.....	75
Tabel 4.2	Turnamen Bulutangkis KompasTV 2017.....	77



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1	Logo KompasTV.....	56
Gambar 4.2	Struktur Perusahaan KompasTV.....	58
Gambar 4.3	Website KompasTV Breaking News 22 Oktober 2017.....	61
Gambar 4.4	Facebook KompasTV Breaking News 22 Oktober 2017.....	62
Gambar 4.5	Youtube KompasTV Breaking News 22 Oktober 2017.....	62

