



**TRANSFORMASI STASIUN TELEVISI
DI ERA DIGITAL
(STRATEGI KOMPAS TV DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19)**

TESIS

Diajukan Untuk Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH
GAMMARA LENGGO GENI

55219110045

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

ABSTRACT

GAMMARA LENGGO GENI - Transformation of Television Broadcast In Digital Era (The Strategy of Kompas TV Digital During Pandemic Covid-19)

The increasingly widespread growth of information technology causes changes in the supply, distribution and processing of information that combines conventional technology with computer technology. Transform in information technology is felt to be beneficial for the wider community, because of performance in access information quickly. Through the internet network, people can access information through various devices equipped with internet networks. The smooth flow of information on new media with direct feedback capabilities and the presence of interactive make the community, especially the younger generation, increasingly switch and like the new digital media. The transition to the use of new media with internet-based influences the culture of the community in obtaining information. It is inevitable that people will start leaving conventional media, which will impact the performance and strategies of conventional media such as television media with their organizations and businesses. Therefore Kompas TV by seeing the rapid growth of technology, and how to stay afloat in the era of globalization, has digital platform. At the beginning of March 2020, a Covid-19 pandemic outbreak occurred, which affected the operations of broadcasters, forcing people to work from home. This condition automatically affects the operational, strategy and content of Kompas TV.

This study uses case study method with a constructivist paradigm with data collection techniques in the form of interviews, observations, document studies, and literature studies. The results showed Kompas TV through its digital platform in the form of websites, YouTube channels, and social media Instagram, Twitter and Facebook, during the Covid-19 pandemic through POAC management strategies, has increase in the number of viewers, users and engagement. As well as Kompas TV digital platform through website and YouTube most popular in news and entertainment content. The result of the study also revealed that the concept of strategy carried out on Kompas TV can be used as a model for television in Indonesia in order to sustain business in times of crisis.

Keywords: Strategy, broadcast management, Indonesia television station, pandemic, qualitative research.

ABSTRAK

GAMMARA LENGGO GENI – Transformasi Stasiun Televisi Di Era Digital
(Strategi Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19)

Semakin maraknya pertumbuhan teknologi informatika menyebabkan perubahan dalam penyediaan, distribusi, proses informasi yang menggabungkan teknologi konvensional dengan teknologi komputer. Transformasi teknologi informasi dirasakan menguntungkan bagi masyarakat luas, dikarenakan dalam mengakses informasi secara cepat. Melalui jaringan internet, masyarakat dapat mengakses informasi melalui berbagai perangkat yang dilengkapi jaringan internet. Kelancaran arus informasi di media baru dengan kemampuan umpan balik langsung dan hadirnya interaktif membuat masyarakat khususnya generasi muda semakin beralih dan menyukai media digital baru. Peralihan penggunaan media baru berbasis internet mempengaruhi budaya masyarakat dalam memperoleh informasi. Tidak dapat dipungkiri masyarakat akan mulai meninggalkan media konvensional, yang akan berdampak pada kinerja dan strategi media konvensional seperti media televisi dengan organisasi dan bisnisnya. Oleh karena itu Kompas TV dengan melihat pesatnya perkembangan teknologi, dan bagaimana tetap bertahan di era globalisasi, memiliki platform digital. Pada awal Maret 2020, terjadi wabah pandemi Covid-19 yang berdampak pada operasional lembaga penyiaran sehingga memaksa masyarakat untuk bekerja dari rumah. Kondisi ini otomatis mempengaruhi operasional, strategi dan konten Kompas TV.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan paradigma konstruktivis dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi dokumen, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan Kompas TV melalui platform digitalnya berupa website, channel YouTube, dan media sosial Instagram, Twitter dan Facebook, di masa pandemi Covid-19 melalui strategi pengelolaan POAC, mengalami peningkatan jumlah penonton, pengguna, dan engagement. Serta platform digital Kompas TV melalui website dan YouTube terpopuler dalam konten berita dan hiburan. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa konsep strategi yang dilakukan di Kompas TV dapat dijadikan sebagai model bagi televisi di Indonesia dalam rangka mempertahankan bisnis di saat krisis.

Kata kunci: Strategi, manajemen siaran, stasiun televisi Indonesia, pandemi, penelitian kualitatif.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa, yang telah memberikan saya kesehatan, kekuatan, serta kepercayaan dalam menyusun proposal tesis ini, karena tanpa ridho dan kehendakNya saya tidak mungkin bisa menyelesaikan tesis yang berjudul “Transformasi Stasiun Televisi Di Era Digital (Strategi Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19)”. Tesis adalah untuk memenuhi kelulusan program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Proses penyelesaian tesis ini menempuh waktu kurang dari satu tahun, diharapkan tesis ini kelak dapat memberikan pengetahuan dan pengembangan wawasan mengenai hal yang berhubungan dengan transformasi yang dilakukan stasiun televisi di era digital.

Saya sadari sepenuhnya, tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga penulis yang tercinta dan tersayang, yang sangat memberikan pengertian ketika penulis menggunakan waktunya untuk kegiatan perkuliahan, sehingga mengesampingkan waktunya bersama keluarga.
2. Rizki Briandana S.Sos, M.Comn., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang senantiasa selalu terbuka dalam memberikan saran, motivasi, dorongan dengan memberikan tenggat waktu, memberikan kesempatan di awal untuk

mengikuti seminar MICOSS, ini merupakan langkah yang pada akhirnya membawa penelitian menjadi jurnal Scopus Q3.

3. Para dosen Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana, khususnya Pak Ahmad Mulyana selaku dosen penelaah, Pak Farid Hamid yang membantu proses jurnal, Pak Heri Budianto selaku Kaprodi, serta pihak administrasi kampus yang telah membantu dalam penyelesaian berkas-berkas.
4. Narasumber dari Kompas TV, dan juga untuk mas Naratama yang memberikan waktunya serta diskusi menarik seputar dunia konten digital.
5. Teman-teman sekelas di semester pertama Magister Ilmu Komunikasi, yang selalu saling memberikan dukungan, serta teman-teman di jurusan Media Industri dan Bisnis

Akhir kata, tesis ini dikerjakan dengan usaha yang terbaik dan sepuh hati, dan sebagai penutup saya ingin menyampaikan tesis ini terbuka akan kritik dan saran, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Depok, 25 Juli 2021,

Penulis



Gammara Lenggo Geni



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Gammara Lenggo Geni
NIM : 55219110045
Jenjang Pendidikan : Magister
Kosentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Transformasi Stasiun Televisi Di Era Digital
(Strategi Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19)

UNIVERSITAS
Jakarta, 3 Juli 2021
MERCU BUANA
Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn., Ph.D.)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Gammara Lenggo Geni
NIM : 55219110045
Jenjang Pendidikan : Magister
Kosentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Transformasi Stasiun Televisi DI Era Digital
(Strategi Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19)

Jakarta, 3 Juli 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn., Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN

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

Judul : Transformasi Stasiun Televisi Di Era Digital (Strategi Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19)
Nama : Gammara Lenggo Geni
NIM : 55219110045
Program Studi : Media Industri dan Bisnis
Tanggal : 25 Juli 2021

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

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

Jakarta, 25 Juli 2021
Matera:  (2 lembar)
(Gammara Lenggo Geni)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

ditulis oleh Nama : Gammara Lenggo Geni

NIM : 55219110045

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“The Strategies of Television Broadcast During the Pandemic Covid-19: A Case Study on Indonesian Television”.

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 1 Mei 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 29%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Mei 2021

Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vii
PERNYATAAN	viii
SIMILARITY CHECK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.1.1 Regulasi Pemerintah	8
1.1.2 Teknologi	9
1.1.3 Kebutuhan Pasar	14
1.2. Identifikasi Masalah dan Fokus Penelitian	20
1.2.1 Identifikasi Masalah	20
1.2.2 Fokus Penelitian	21
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	21

1.3.1 Maksud	21
1.3.2 Tujuan	22
1.4. Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Manfaat Teoritis	22
1.4.2 Manfaat Sosial	22
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	24
2.1. Penelitian Terdahulu	24
2.2. Landasan Teori	44
2.2.1 Computer Mediated Communication (CMC)	44
2.2.2 Konvergensi Media Sebagai Dasar Media Digital	50
2.2.3 Manajemen Media Penyiaran	60
2.2.3.1 Definisi Manajemen	60
2.2.3.2 Pengertian Manajemen Penyiaran	61
2.2.3.3 Implementasi Manajemen Media Penyiaran	64
2.2.4. Pandemi Covid-19	68
2.3. Kerangka Pemikiran	71
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	74
3.1. Paradigma Penelitian	74
3.2. Metode Penelitian	77
3.3. Objek Penelitian	81
3.4. Analisis Studi Kasus Sebagai Metode Penelitian Komunikasi	82
3.5. Informan	85

3.6. Teknik Pengumpulan Data	86
3.6.1. Data Primer	86
3.6.2. Data Sekunder	88
3.7. Teknik Analisis Data	88
3.8. Teknik Keabsahan Data	90
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	93
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	93
4.1.1 Kompas TV Dalam KG Media	94
4.1.2 Kompas TV Digital	96
4.1.3 Visi Dan Misi Kompas TV Digital	99
4.1.4 Logo Kompas TV Digital	100
4.1.5 Struktur Organisasi	100
4.2. Profil Informan Dan Key Informan	105
4.2.1 Yogi Arief Nugraha	105
4.2.2 Alexander Wibisono	106
4.2.3 Haris Mahardiansyah	107
4.2.4 Aleksandra Ekhe	107
4.2.5 Naratama Rukmananda	108
4.3. Hasil Penelitian	109
4.3.1 Transformasi Kompas TV Di Era Digital	110
4.3.1.1 Regulasi Pemerintah	110
4.3.1.2 Teknologi	111

4.3.1.3 Kebutuhan Pasar	115
4.3.2 Praktik Transformasi Kompas TV Di Era Digital	117
4.3.3 Strategi Produksi Konten Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19	128
4.3.4 Kebijakan Manajemen Dalam Produksi Dan Operasional Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19	136
4.4. Implementasi POAC Kompas TV Digital Di Masa Pandemi Covid-19	146
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	151
5.1. Kesimpulan	151
5.2. Saran	153
5.2.1 Saran Akademis	153
5.2.2 Saran Praktis	154
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN	163

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2.2 Lanskap Media Lama dan Media Baru.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Termediasi Komputer.....	49
Gambar 3.1 Proses Penelitian Kualitatif.....	80
Gambar 3.2 Proses Analisis Data.....	90
Gambar 4.1 Ekosistem KG Media.....	94
Gambar 4.2 Jangkauan KG Media.....	95
Gambar 4.3 Logo Kompas TV Digital.....	100
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Kompas TV.....	103
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Departemen Kompas TV Digital.....	104
Gambar 4.6 Contoh Video Informasi Kompas TV Digital.....	124
Gambar 4.7 Contoh Video On Demand Kompas TV Digital.....	125
Gambar 4.8 Contoh Live Streaming Kompas TV Digital.....	125
Gambar 4.9 Contoh Video Grafis Kompas TV Digital.....	126
Gambar 4.10 Contoh Video Podcast Kompas TV Digital.....	127
Gambar 4.11 Sosial Media Terpopuler.....	128
Gambar 4.12 Performa Website Kompas TV.....	131
Gambar 4.13 Demografi Website Kompas TV.....	131
Gambar 4.14 Performa YouTube Kompas TV.....	132
Gambar 4.15 Demografi YouTube Kompas TV.....	132
Gambar 4.16 Aset Kompas TV Digital.....	133
Gambar 4.17 Subscriber YouTube Kompas TV.....	134

Gambar 4.18 Traffic Website Kompas TV.....	134
Gambar 4.19 Data Kompas TV Sosial Media.....	135
Gambar 4.20 Traffic Sosial Media Kompas TV.....	135
Gambar 4.21 Performa YouTube Kompas TV.....	140
Gambar 4.22 Performa Facebook Kompas TV.....	141
Gambar 4.23 Performa Twitter Kompas TV.....	141
Gambar 4.24 Performa Instagram Kompas TV.....	142
Gambar 4.25 Pencapaian Pendapatan Kompas TV Digital.....	144



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Letter Of Acceptance MICOSS Paper to be published in Malaysian Journal Of Communication Universiti Kebangsaan Malaysia.....	163
Lampiran 2. Wawancara 1.....	164
Lampiran 3. Wawancara 2.....	168
Lampiran 4. Wawancara 3.....	173
Lampiran 5. Wawancara 4.....	178
Lampiran 6. Wawancara 5.....	181
Lampiran 7. Riwayat Hidup.....	186
Lampiran 8. Kuesioner Tracer Alumni.....	187
Lampiran 9. Similarity Check.....	191
Lampiran 10. Curriculum Vitae.....	192



UNIVERSITAS
MERCU BUANA