



**MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI MEDIA DIGITAL DALAM  
PERSPEKTIF KONSEP LISTICLE**  
(Studi Kasus Pada Pengelolaan Konten Media *Online* di IDN Times)

**TESIS**

**OLEH**

**KUMI LAILA**

**55217120024**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**

## **ABSTRACT**

*In the midst of intense media business competition, IDN Times which was born in 2014 successfully conquered the competition, where in a period of less than 3 years precisely in 2017, IDN Times was ranked 7th and in 2019 occupies the 5th position of the 10 largest media in Indonesia. This reason is the writer to do research on the company IDN Times. In this study the authors used a method with a qualitative descriptive case study type of research using a 5-step communication planning theory model from Hafied Cangara. From the results of research in the field for 1 month and in-depth interviews with 8 speakers. The author finds that there are three interesting strategies used by IDN Times to successfully compete in the online media industry in Indonesia. The three strategies include: The concept of listicle content model, making IDN Times multiplatform media and forming Community Writers. The concept of the listicle becomes the most prominent strategy because IDN Times is able to be a differentiator from other media so that it becomes a special attraction, besides the concept of the listicle is also in accordance with the needs of today's users, especially Millennials and Gen Z as the main target of IDN Times. While Community Writer is a skillable business strategy for media companies in the current era so that IDN Times successfully competes, and makes IDN Times a multiplatform media in addition to responding to the challenges of the media industry in the digital era, as well as a step in binding loyal users and getting new users.*

**Keywords:** *Technology, digital era, online media, IDN Times, business strategy*



## ABSTRAK

Di tengah gencarnya persaingan bisnis media, IDN Times yang lahir pada tahun 2014 sukses menaklukkan persaingan, dimana dalam kurun waktu kurang lebih dari 3 tahun tepatnya tahun 2017, IDN Times sudah berada di urutan ke 7 dan di tahun 2019 menempati posisi 5 dari 10 media terbesar di Indonesia. Alasan ini yang menjadi penulis untuk melakukan penelitian terhadap perusahaan IDN Times. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dengan jenis penelitian studi kasus deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori model perencanaan komunikasi 5 langkah dari Hafied Cangara. Dari hasil penelitian di lapangan selama 1 bulan serta melakukan wawancara mendalam dengan 8 narasumber. Penulis menemukan ada tiga strategi menarik yang digunakan IDN Times sehingga berhasil bersaing di industri media *online* di Indonesia. Ketiga strategi tersebut diantaranya: Konsep konten model *listicle*, menjadikan IDN Times media *multiplatform* dan membentuk Community Writers. Konsep *listicle* menjadi strategi yang paling menonjol karena IDN Times mampu menjadi pembeda dari media yang lain sehingga menjadi daya tarik tersendiri, selain itu konsep *listicle* pun sesuai dengan kebutuhan *user* saat ini khususnya *Generasi Millennials* dan *Gen Z* sebagai target utama IDN Times. Sementara Community Writer menjadi strategi bisnis yang *skillable* bagi perusahaan media di era saat ini sehingga IDN Times berhasil bersaing, dan menjadikan IDN Times sebagai media *multiplatform* selain menjawab tantangan industri media di era digital, juga sebagai langkah dalam mengikat *user* setia serta mendapatkan *user* yang baru.

**Kata kunci:** Teknologi, era digital, media *online*. IDN Times, strategi bisnis





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

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama : Kumi Laila  
NIM : 55217120024  
Jejang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Media Industry & Business*  
Judul : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI MEDIA DIGITAL  
DALAM PERSPEKTIF KONSEP LISTICLE (Studi Kasus Pada  
Pengelolaan Konten Media Online di IDN Times)

Jakarta, 16 Juni 2020  
Pembimbing Tesis,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
Dr. Elly Yuliawati, M.Si.



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

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Judul : Manajemen Bisnis Industri Media Digital Dalam Perspektif  
Konsep Listicle ((Studi Kasus Pada Pengelolaan Konten Media  
Online di IDN Times)  
Nama : Kumi Laila  
NIM : 55217120024  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 22 Juli 2020

**Jakarta, 22 Juli 2020**

**Pembimbing**

  
**Dr. Elly Yuliyawati, M.Si**

**Direktur Pascasarjana**

  
**Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus.**

**Ketua Program**

  
**Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.**

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Kumi Laila

NIM : 55217120024

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Judul Tesis : "MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI MEDIA DIGITAL  
DALAM PERSPEKTIF KONSEP LISTICLE (Studi Kasus Pada  
Pengelolaan Konten Media *Online* di IDN Times)"

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 September 2020 dengan hasil *similarity index* sebesar 15% lima belasa persen.

Demikian surat pernyataan ini saya buat

Jakarta, 18 September 2020

Administrator Turnitin



UNIVERSITAS Arie Pangudi, A.Md

MERCU BUANA

## PERNYATAAN

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

Judul : Manajemen Bisnis Industri Media Digital Dalam Perspektif Konsep Listicle (Studi Kasus Pada Pengelolaan Konten Media *Online* di IDN Times)

Nama : Kumi Laila

NIM : 55217120024

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Media Industry & Business

Tanggal : 22 Juli 2020

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

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2020



(Kumi Laila)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-NYA, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Manajemen Bisnis Industri Media Digital dalam Perspektif Konsep Listicle (Studi Kasus pada Pengelolaan Konten Media Online di IDN Times)”. Tesis ini ditulis sebagai syarat untuk memenuhi menyelesaikan program pascasarjana pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan tesis ini penulis sangat mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang sangat berpengaruh bagi kehidupan penulis. Terutama kepada pihak-pihak yang sudah memberikan dukungannya selama penulis melakukan penyusunan tesis, mereka diantaranya:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana (UMB).
2. Prof. Dr. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana (UMB).
3. Dr. Ahmad Mulyana. M.Si Selaku Kaprodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana (UMB)
4. Dr. Henni Gusfa. M.Si. Selaku dosen penguji
5. Dr. Ponco Budi Sulistyو. M.Comn. Ph.D selaku dosen penguji
6. Ibu Dr. Elly Yuliawati. M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah sangat membantu dalam mengarahkan dan membimbing penulis sehingga berhasil menyelesaikan pembuatan Tesis ini.
7. Winston Utomo selaku CEO IDN Media yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian di IDN Times.



8. Team redaksi IDN Times yang sudah bekerjasama dengan baik dalam membantu penulis saat melakukan penelitian di IDN Times.
9. Ayahanda, Bapak Mamat yang selalu mendukung segala keputusan penulis, serta terus memberikan semangat dan motivasi untuk penulis dalam mewujudkan mimpi, salah satunya menyelesaikan pendidikan magister. Ibunda, Ibu Mumun Maemunah yang selalu menghujani doa untuk kemudahan segala urusan penulis. Serta keluarga besar, kakak dan keponakan yang selalu mendukung serta mendoakan penulis.
10. Seluruh Dosen Fakultas Magister Komunikasi khususnya jurusan Media Industry & Business.
11. Seluruh teman-teman Magister Ilmu Komunikasi angkatan 32, terimakasih atas kebersamaan serta dukungannya satu sama lain.
12. Para sahabat yang selalau mendukung dan mendoakan meskipun dari jauh.
13. Group Kpop Blackpink serta Blink yang menghibur penulis selama dalam melakukan penyusunan tesis.

Jakarta, Juli 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	vii
PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY.....	viii
PERNYATAAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Fokus Penelitian .....	14
1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian .....	15
1.4.Manfaat Penelitian .....	16
1.4.1.Manfaat Praktis .....	16
1.4.2.Manfaat Teoritis .....	17

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1. Penelitian Terdahulu .....	18
2.2. Kajian Teoritis .....	28
2.2.1 New Media.....	28
2.2.2 Perkembangan Internet .....	33
2.2.3 Media Online .....	35
2.2.4 Konten.....	42
2.2.5 Konsep Pembuatan Konten .....	45
2.2.6 Strategi Komunikasi.....	49
2.2.7 Manajemen Komunikasi .....	52
2.2.8 Strategi Bisnis.....	59
2.2.9 Strategi Pemasaran.....	61
2.2.10 Segmentasi.....	63
2.3. Kerangka Pemikiran .....	64

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Objek Penelitian.....	69
3.2. Paradigma Penelitian .....	70
3.3. Metode Penelitian .....	72
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	76
3.5. Teknik Analisis Data.....	77

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1. Latar Belakang IDN Times .....	79
4.1.2 Visi dan Misi IDN Times.....	80
4.1.3 Kanal atau Rubrik IDN Times .....	80
4.2. Profile Informan .....	85

4.2.1 Struktur Organisasi Redaksi IDN Times .....	86
4.3. Hasil Penelitian.....	88
4.3.1 Strategi Pengembangan Konten IDN Times .....	91
4.3.2 Cara IDN Times Menghadapi Perubahan Konten.....	98
4.3.3 Cara IDN Times Memonitor Konten atau Berita .....	102
4.3.4 Langkah-langkah Pembuatan Konten IDN Times.....	106
4.3.5 IDN Times Menyuguhkan Konten Berbeda (Konsep <i>Listicle</i> ) .....	106
4.3.6 Pertumbuhan IDN Times yang Sangat Cepat.....	130
4.3.7 Konten IDN Times Sesuai Generasi <i>Millennials</i> dan Gen Z .....	133
4.4. Pembahasan.....	136
4.4.1 Manajemen IDN Times dalam Mengembangkan Konten .....	137
4.4.2 Manajemen IDN Times dalam Menghadapi Perubahan Kebutuhan Konten Masyarakat .....	138
4.4.3 Pertumbuhan IDN Times yang Sangat Cepat .....	155
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	156
5.2 Saran.....	158
5.3 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	159
5.4 <b>LAMPIRAN</b> .....	165
5.5 <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	166

## DAFTAR TABEL

1. Tabel Jurnal Terdahulu
2. Kerangka Pemikiran



## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 data IDN Times menempati posisi ke 7 dari 10 besar media Indonesia menurut data ComeScore 2017.
2. Gambar 2.2 model perencanaan komunikasi lima langkah (Sumber: Hafied Cangara 2013. Perencanaan & Strategi Komunikasi).
3. Gambar 3.4 Top 20 Media in Indonesia Source by ComScore 2019



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip hasil wawancara narasumber IDN Times
2. Foto dokumentasi selama penelitian di IDN Times





UNIVERSITAS  
MERCU BUANA