

PERAN MEDIA DIGITAL DALAM MENINGKOMUNIKASIKAN MISI

PERUSAHAAN (STUDI KASUS ‘CATATAN NAJWA: EPISODE MAUDY AYUNDA SUKA BELAJAR’)

Oleh:

Nama : Felicia Cindy Winata

NIM : 60180525

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PERAN MEDIA DIGITAL DALAM MENKOMUNIKASIKAN MISI PERUSAHAAN (STUDI KASUS 'CATATAN NAJWA: EPISODE MAUDY AYUNDA SUKA BELAJAR')

Diajukan Oleh

Nama : Felicia Cindy Winata

NIM : 60180525

Jakarta, 13 Maret 2020

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



(Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.)

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Peran media digital sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Felicia Cindy Winata/60180525/2020/Peran Media Digital Dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa: Episode Maudy Ayunda Suka Belajar’)/Dosen Pembimbing: Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.

Untuk mengetahui peran media digital dan dapat mengkomunikasikan misi perusahaan Narasi memproduksi konten-konten digital baik serta positif yang ditayangkan melalui media YouTube dan bertemakan khusus tentang perkembangan aktual terkait remaja politik, perfilman, musik, dan *event*. Dengan sosok *public figure* seperti Maudy Ayunda yang hadir dalam kontennya, Narasi berharap semakin banyak anak muda milenial yang menonton dan *subscribe channel* Narasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi *computing, communication, content* dan *convergence* dalam konten digital yang membentuk misi perusahaan Narasi.

Media sosial YouTube yang menjadi salah satu wadah bagi Narasi untuk memproduksi dan mempublikasikan setiap konten yang dibuat dan mendapatkan jangkauan penonton yang lebih luas, sarana komunikasi dengan masyarakat lebih mudah, dan dapat menyuguhkan konten yang sesuai dengan apa yang sedang diminati publik. Oleh sebab itu penelitian ini menggunakan teori “*New Media*” yang dikemukakan oleh Terry Flew bahwa media baru memiliki 4 komponen dasar yaitu *computing, communication, content, convergence*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Data primer penelitian diperoleh melalui wawancara dengan PR, Digital Konten dan Marketing. Data sekunder diperoleh dari hasil observasi terhadap konten. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif melalui penelitian kualitatif yang berupa reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya *computing* yang telah dilakukan oleh Narasi memiliki hubungan terhadap misi perusahaan. Dengan membuat konten yang berkualitas dan tidak ada unsur pembohongan menjadi sarana komunikasi perusahaan untuk mengkomunikasikan misi perusahaan. Konten yang dibuat Narasi bertujuan untuk menyampaikan misi perusahaan sebagai media edukasi anak muda. Konvergensi media yang telah diterapkan Narasi memiliki keterkaitan terhadap misi perusahaan, dan dampaknya dapat dirasakan seperti dari peningkatan *viewers*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa ada keterkaitan strategi komunikasi dengan 4 (empat) komponen berdasarkan teori *New Media* yaitu *computing, communication, content* dan *convergence* dengan peran media digital dalam mengkomunikasikan misi perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar’).

Kata Kunci: Media Digital, Teori *New Media*, Misi Perusahaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Felicia Cindy Winata/60180525/2020/*The Role Of Digital Media In Communicating The Company's Mission (Case Study 'Catatan Najwa: Episode Maudy Ayunda Suka Belajar')*/Advisor: **Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.**

To find out the role of digital media and be able to communicate the mission of the company to produce positive digital content that is displayed through YouTube and has a special theme about the actual development related to millennials, politics, film, music, and events. With a public figure like Maudy Ayunda in the content, Narasi expected that there are more millennial youth that watched and subscribed to Narasi channel. This research aims to explain the computing, communication, content and convergence strategies in the digital content that created Narasi TV company mission.

YouTube is one of the platforms for Narasi to produce and publish any content created and get a wider audience, means of communication with the public more easily, and can deliver content that is in accordance with what the public is interested in. Therefore, this research used "New Media" theory presented by Terry Flew that new media have 4 basic components namely computing, communication, content, convergence.

This research is a qualitative descriptive research. Research's primary data is obtained through interviews with PR, Content Digital and Marketing. Secondary data is obtained from the observation results to the content. Data collection techniques used are interview, observation and documentation. Data analysis techniques used are descriptive analysis through qualitative research consisting of data reduction, data presentation and conclusion drawing.

Research's results showed that with the computing that has been done by Narasi has a relationship to the company mission development. By making a high quality content without deception element became the company's communication tool to show the company's mission. Content made by Narasi aims to create the company's mission as youth education media. There is no direct effect or significant relationship between media's convergence implemented by Narasi and the formation of the company's mission, however the impacts can be felt, such as an increase in viewers.

Based on the researcher's results and analysis, it can be concluded that there is an effect between communication strategy with 4 (four) components based on the New Media theory namely computing, communication, content dan convergence with the role of digital media in communicating the company's mission (Case Study 'Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar').

Keywords: *Digital Media, New Media Theory, Company Mission*

© Hak cipta milik BKKG. Seluruh hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang oleh berkat dan kasih karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.

Melalui kesempatan yang diberikan oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, peneliti dapat memperoleh pembelajaran dan pengalaman yang sangat berguna dan dapat mengaplikasikan langsung apa yang peneliti peroleh selama menjalani proses perkuliahan. Peneliti telah mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak untuk menyelesaikan penelitian ini, secara khusus peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yaitu Bapak Bonardo Marulitua Aritonang S.Sos., M.I.Kom.
2. Orang tua yang tanpa henti selalu memberikan dukungan dan doa kepada peneliti sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Dosen pembimbing peneliti yaitu Bapak Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si. yang telah memberikan motivasi, saran, kritik, dan waktu selama peneliti menjalani proses bimbingan.
4. Kedua adik (Nico Winata dan Jovan Winata) yang juga selalu memberikan semangat dan doa selama peneliti mengerjakan skripsi ini.
5. Deric Pratama, Nazila Thaher, Siti Syurifah, Jonathan Sidharta, Aurelia Stevie yang telah membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini dan selalu memberikan bantuan yang dibutuhkan peneliti.
6. Garcia Teo Alexander Munthe, Indira Larasagita, Siti Rabiah Aninditya sahabat-sahabat yang selalu ada dan memberikan dukungan serta doa sampai akhirnya penelitian ini dapat selesai dengan baik.

© Hak cipta dilindungi Undang-undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Informan-informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara untuk kebutuhan penelitian ini.
8. Seluruh civitas Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang membantu dalam keperluan administrasi selama perkuliahan hingga penyusunan penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jakarta, 27 Januari 2020

Felicia Cindy Winata

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Identifikasi Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teoritis	11
1. Media Baru	11
2. Media Sosial	14
3. Media Sosial Youtube.....	16





4. Citra Perusahaan	18
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Subjek Penelitian	27
B. Desain Penelitian	28
C. Jenis Data	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Wawancara	31
2. Observasi	32
3. Dokumentasi.....	33
E. Teknik Analisis Data	33
1. Reduksi Data	34
2. Penyajian Data.....	34
3. Menarik Kesimpulan.....	35
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum	36
1. <i>Company Profile</i>	36
a. Sejarah Singkat	36
b. Visi dan Misi	37
c. Logo Perusahaan.....	37
2. Profil Konten “Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar”	39
3. Profil Informan	39



a.	Informan Pertama Ogi Wicaksana (<i>Corporate Communication</i> Narasi).	39
b.	Informan Kedua Fitra Tama Nugroho (Produser Narasi)	41
B.	Analisis	42
1.	Peran Strategi <i>Computing</i> dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar’).....	43
2.	Peran Strategi <i>Communication</i> dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar’).....	53
3.	Peran Strategi <i>Content</i> dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar’)	59
4.	Peran Strategi <i>Convergence</i> dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa Episode: Maudy Ayunda Suka Belajar’).....	67
C.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		80
A.	Simpulan	80
B.	Saran	82
1.	Saran Akademis.....	82
2.	Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR GAMBAR

	Gambar	2.1 Kerangka Pemikiran	25
	Gambar	4.1 Visi Narasi.....	37
	Gambar	4.2 Misi Narasi	37
	Gambar	4.3 Logo Narasi	37
	Gambar	4.4 Keterangan Logo Narasi	38
	Gambar	4.5 Jumlah <i>Views</i> dan <i>Likes</i> dari Catatan Najwa Episode Maudy Ayunda .	45
	Gambar	4.6 Komentar Positif Masyarakat pada Catatan Najwa Episode Maudy Ayunda.....	45
	Gambar	4.7 Narasi <i>Roadshow</i> ke Beberapa Kota.....	48
	Gambar	4.8 <i>Social Media Audience Profile</i>	49
	Gambar	4.9 Tampilan Visual Catatan Najwa.....	50
	Gambar	4.10 Najwa Shihab Menerima Penghargaan Kategori <i>Opinion Leader</i>	51
	Gambar	4.11 Cuplikan Najwa Shihab dan Maudy Ayunda dalam Catatan Najwa.....	52
	Gambar	4.12 <i>Content Streaming Activities</i> di Indonesia.....	56
	Gambar	4.13 <i>Most Active Social Media Platform</i>	58
	Gambar	4.14 Kunto Aji Menjadi Bintang Tamu di Catatan Najwa	61
	Gambar	4.15 Unggahan Maudy Ayunda di Instagram Pribadinya	62
	Gambar	4.16 Respon Masyarakat di Twitter	63
	Gambar	4.17 Beberapa Program Catatan Najwa.....	65
	Gambar	4.18 Persentase Penggunaan Internet di Indonesia	68
	Gambar	4.19 Catatan Najwa di Beberapa <i>Platform</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara.....	94
Lampiran 2	Dokumentasi.....	98

© **Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

