



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL UNTUK *LISTENER ENGAGEMENT*  
OLEH MEDIA KONVENSIONAL: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL  
YOUTUBE OLEH RADIO PRAMBORS**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Faizal Arasi Basuki

13140110242

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG

2017

**DIGITAL MEDIA UTILIZATION FOR *LISTENER ENGAGEMENT* BY  
CONVENTIONAL MEDIA: CASE STUDY PRAMBORS' RADIO  
YOUTUBE CHANNEL**

SKRIPSI



In Partial Fulfillment of the Requirement for Bachelor  
Degree in Communication Science (S.I.Kom)

Faizal Arasi Basuki

13140110242

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

MAJOR MULTIMEDIA JOURNALISM

FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE

MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY

TANGERANG

2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

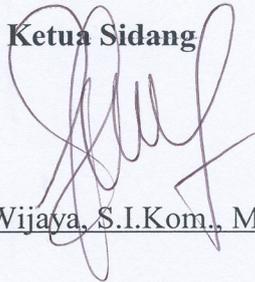
“Pemanfaatan Media Digital Untuk *Listener Engagement* Oleh Media  
Konvensional (Studi Kasus Pemanfaatan Media Sosial Youtube Oleh Radio  
Prambors)”

oleh

Faizal Arasi Basuki

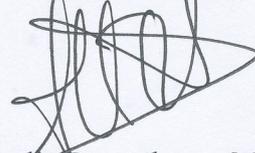
Telah diujikan pada Jumat, 3 November 2017, pukul 15.30 s.d. 17.00 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

**Ketua Sidang**



Lupita Wijaya, S.I.Kom., M. A.

**Penguji Ahli**



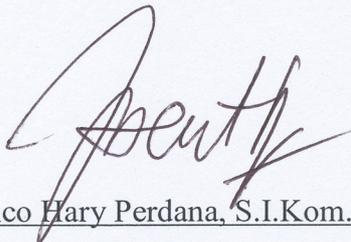
Camelia Pasandaran, M.Si.

**Dosen Pembimbing**



Veronika, S.Sos., M.Si.

**Disahkan oleh Ketua Program  
Studi Ilmu Komunikasi UMN**



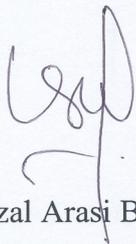
Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disertakan sumber kutipannya serta dicantumkan pada Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 November 2017



Faizal Arasi Basuki

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Digital untuk *Listener Engagement* oleh Media Konvensional: Studi Kasus Media Sosial YouTube oleh Radio Prambors” sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

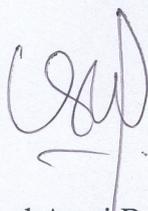
Dalam proses penyusunan skripsi ini, tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran penulis, antara lain:

1. Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Veronika, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing
3. Lupita Wijaya, S.I.Kom., selaku ketua sidang dan Camelia Pasandaran, M.Si., selaku dosen penguji
4. Kedua orangtua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik berupa sarana dan prasarana dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Agatha Theodora yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa dari awal masa perkuliahan
6. Dana, Ebi, Donny yang bersama berjuang dari awal perkuliahan hingga tahap akhir di kuliah

7. Raisa Sabrina yang selalu mendukung, memberi semangat, dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini dan untuk segala aspek yang ada di kehidupan penulis beberapa tahun ke belakang
8. Narendra, Joseph, Angga, Adi Surya, Arienta, Priska, Andika, Nungky, yang selalu menanyakan 'skripsi udah sampe bab berapa?'
9. Untuk semua kru UMN Radio dari Generasi 4, Generasi 5, dan Generasi 6 yang telah menjadi bagian hidup penulis selama beberapa tahun terakhir (*Each one of you already had a special place in my heart*).
10. Alldo, Angga, dan Gamal yang sudah menghabiskan masa ke masa dari SMA hingga seperti sekarang (*See you on top, guys!*)
11. Pute, Nurul, dan Nissy sebagai teman seperjuangan dalam melewati masa-masa mengerjakan skripsi ini
12. Teman-teman serta sahabat peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan semangat serta motivasi kepada peneliti dalam melewati segala proses pembuatan hingga menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk deretan lagu dan *playlist Spotify* yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi para pembaca serta dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi pihak yang berkepentingan.

Tangerang, 17 November 2017



Faizal Arasi Basuki

## **ABSTRAK**

### **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL UNTUK *LISTENER ENGAGEMENT* OLEH MEDIA KONVENSIONAL: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL YOUTUBE OLEH RADIO PRAMBORS**

**Oleh : Faizal Arasi Basuki**

**13140110242**

Dengan tingginya pengguna media sosial di Indonesia saat ini menjadikan masyarakat lebih aktif dalam mengkonsumsi berita atau informasi melalui *platform* tersebut. Saat ini YouTube menempati posisi tertinggi dalam media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat. Kehadiran YouTube sebagai media sosial yang berbasis audiovisual mengancam kehadiran radio sebagai media konvensional yang mengandalkan kekuatan audio. Sebagai radio yang telah menemani anak muda selama 46 tahun, Prambors FM memilih untuk memanfaatkan YouTube guna bertahan di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Prambors FM memanfaatkan media sosial YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan konsep *Engaged Journalism* yang kemudian hasilnya akan dijelaskan secara deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa Prambors FM memanfaatkan YouTube sebagai salah satu alat mereka untuk mengakomodir para audiensnya yang juga menggunakan media sosial. Dengan menggunakan YouTube sebagai perantaranya, maka Prambors FM dapat semakin mendekatkan dirinya dengan audiens serta semakin menanamkan *brand image* dari Prambors FM itu sendiri.

Kata Kunci: Media sosial, Radio, Engagement, YouTube, *Engaged Journalism*, Prambors FM



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6

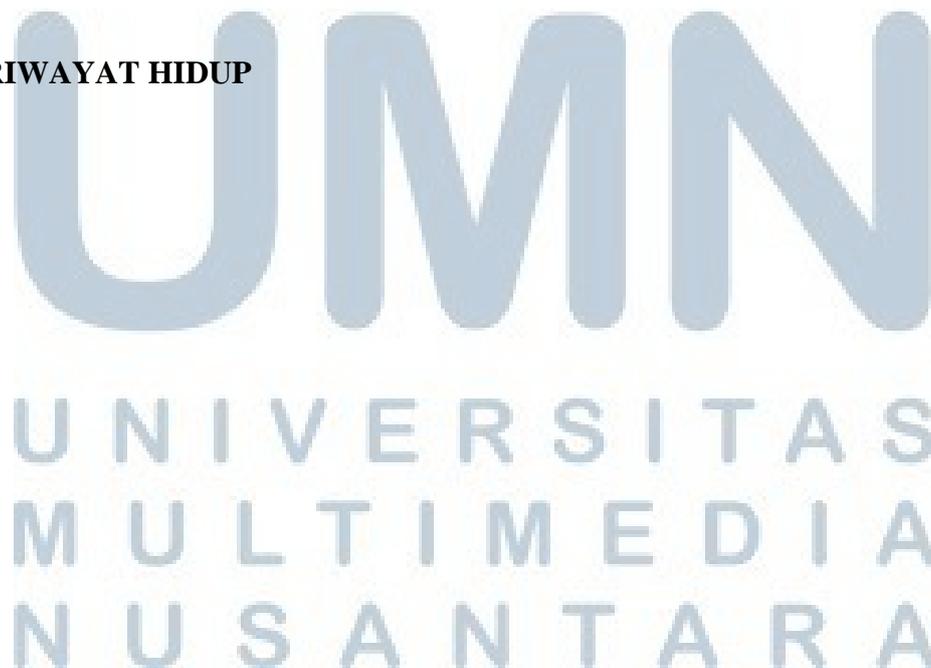
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan.....	11
2.2.1 Radio.....	11
2.2.2 Media di Era Digital.....	15
2.2.3 Media Sosial.....	17
2.2.4 <i>Engaged Journalism</i> .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 <i>Key Informan</i> dan Informan.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Keabsahan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Subjek / Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Media <i>Online</i> Detik.com.....	37

4.2 Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Media Sosial YouTube Prambors FM.....	38
4.2.2 <i>Engagement</i> dengan Audiens.....	48
4.2.3 Budaya Bekerja.....	49
4.3 Pembahasan.....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Akademik.....	63
5.2.2 Saran Praktis.....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**

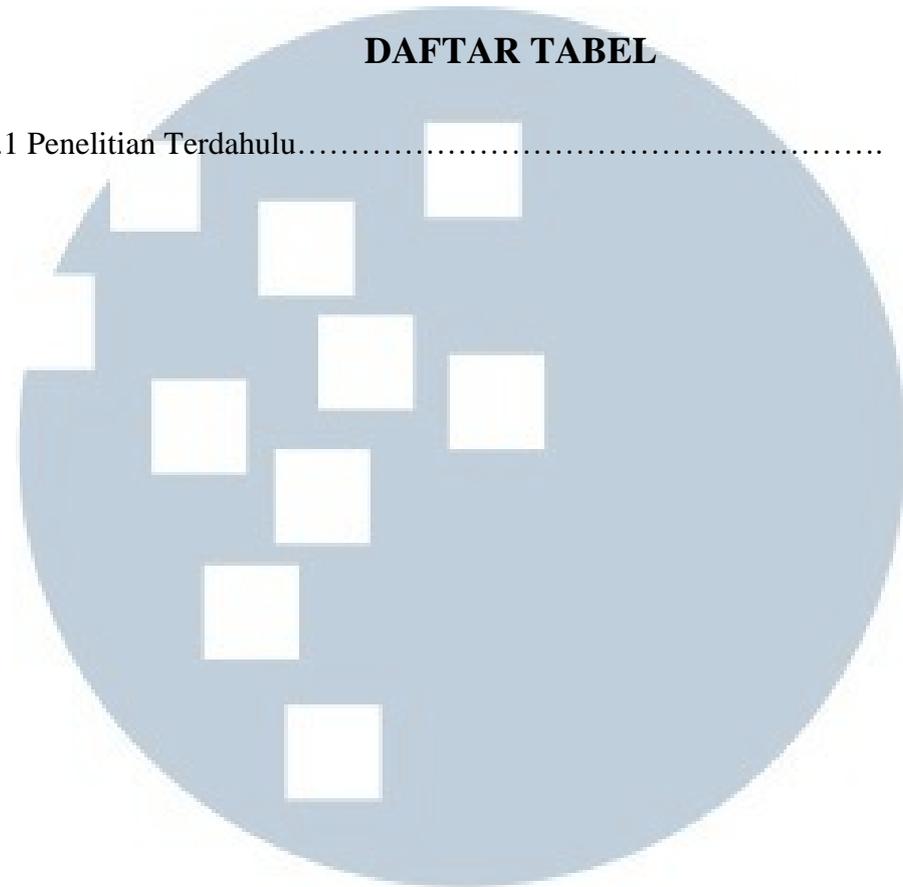
## **LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
-------------------------------	---



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Pengguna YouTube di Indonesia.....	4
1.2 Jumlah Pengikut Akun YouTube dari Prambors FM, Trax FM, dan Hitz FM.....	4
4.1 Logo Prambors FM.....	35
4.2 Struktur Prambors FM.....	38
4.3 Laman “About” Akun YouTube Prambors FM.....	40
4.4 Salah Satu Konten YouTube Prambors FM: Gender War.....	42
4.5 Konten Terpopuler dari Akun YouTube Prambors FM.....	42
4.6 Konten YouTube Konser Bintang Jatuh.....	43
4.7 Konten YouTube Prambors FM yang Dimanfaatkan Untuk Promosi Pihak Komersil.....	45

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA