



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan beberapa hal terkait dengan model bisnis Nova.id. Simpulan ini diambil berdasarkan pertanyaan penelitian dan hasil penelitian.

Nova pertama kali hadir pada tahun 1988 sebagai tabloid wanita dan masih bertahan hingga sekarang. *Website* Nova pertama www.tabloidnova.com mulai *online* sejak 2001, lalu *reborn* di 2008 lewat desain berbeda. Awal tahun 2017, *website* Nova berubah dari tabloidnova.com menjadi Nova.id.

Dengan membangun media *online*, Nova.id memutuskan bahwa target sasaran mereka adalah perempuan usia 25-34 tahun. Target sasaran ini juga membuat Nova.id menyesuaikan berbagai konten dan penyebarannya melalui digital agar mudah dinikmati oleh pembaca. Isi produk yang diterapkan oleh Nova.id saat ini menghadirkan dua belas kategori yang ada yaitu news, selebriti, sedap, mode & kecantikan, kesehatan, keluarga, plesir, karier, griya, tips, astrologi, dan VIN.

Model konten yang diterapkan oleh Nova.id adalah *Audience Aggregation* dan *Audience Segmentation models*. Nova.id menargetkan konten-kontennya untuk dinikmati oleh perempuan dan dapat diakses secara gratis diberbagai *platform* digital. Nova.id menerapkan *vertical portal and*

destination models karena Nova.id menciptakan konten yang sesuai dengan target audiens tertentu.

Model distribusi yang diterapkan oleh Nova.id menggunakan model *Cross media*. Nova.id menyebarkan berbagai konten-kontennya lebih dari satu *platform*, melalui *website*, *YouTube*, *Tabloid*, dan media sosial (*instagram*, *facebook*, dan *twitter*). Selain mendistribusikan konten-konten artikel di *website* Nova.id, Nova.id juga berkolaborasi dengan *content aggregator* untuk mendistribusikan kontennya, Nova.id berada di bawah *network* besar. *Network* besar itu pun saling bekerja sama, ketika saling bekerjasama otomatis *link* Nova.id juga disebar ke *webstie* lain yang masih di dalam *Grid.id network*. Nova.id memanfaatkan seluruh *platform* digital untuk memasarkan konten-kontennya.

Model bisnis Nova.id dibagi menjadi model pemasaran dan model pendapatan. Dalam model pemasaran, Nova.id menerapkan lima kategori model pemasaran yaitu *Tradisional Model*, *Spiral Model*, model viral, *data mining* dan *Longitudinal Cohort Model*. Nova.id berfokus untuk memasarkan seluruh konten-kontennya di seluruh *platform* digital agar mudah diakses oleh target sasarannya secara gratis. Nova.id juga fokus untuk terus melakukan kolaborasi dengan berbagai media, produk, ataupun perusahaan dalam membantu penyebaran dan isi kontennya. Selain melakukan penyebaran konten, Nova.id juga aktif menjalankan kampanye-kampanye yang sesuai dengan nilai-nilai yang mereka jalankan.

Dalam model pendapatan, Sumber pendapatan Nova berasal dari iklan *Ad-supported models* yaitu pengiklan mendukung konten dengan membayar untuk menjangkau konsumen. Nova sebagai media memiliki dua tipe pengiklan yaitu pengiklan di Tabloid dan pengiklan di Nova.id dengan perbedaan *rates* (tarif) yang berbeda.

Dari model pendapatan tersebut Nova.id memiliki kesesuaian dengan model *Multiple revenue streams models* yaitu mendatangkan pendapatan dari lebih dari satu sumber. Selain iklan, penjualan konten, perusahaan media juga memasarkan produk lainnya dan dijadikan sebagai aliran pendapatan baru.

Melalui penelitian ini ada inovasi baru bahwa Nova.id juga mengembangkan kampanye mengenai “Cara Pintar Atur Uang” dalam pembuatan konten dan didistribusikan di seluruh *platform* digital. Nova.id juga secara aktif menggunakan media sosial pada Facebook, Instagram, Twitter, hingga YouTube sebagai sarana distribusi pemberitaan. Nova.id sebagai situs media berbasis *online* sudah banyak perubahan dari *website* sebelumnya yaitu *tabloidnova.com*. *Tabloidnova.com* dulu memiliki banyak sekali kanal dan sub kanal karena, semua yang ada ditabloid dipindahkan ke *tabloidnova.com*, saat ini Nova.id hanya memiliki 12 kanal dan kemungkinan masih ingin ringkas lagi.

5.2 Saran

5.2 1 Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat dikembangkan kembali dan dijadikan penelitian selanjutnya dengan membahas soal ekonomi media dari media *online*. Hasil penelitian ini bisa menjadi perbandingan dasar terhadap media lain.

5.2 2 Saran Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi pembelajaran bagi Nova.id untuk bisa berinovasi memasang aplikasi Nova.id pada *Play Store* dan *App Store* agar pembaca lebih mudah mengakses berita.