



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 *Narasi.tv*. Simpulan ini diambil berdasarkan pertanyaan penelitian dan hasil penelitian.

Narasi.tv merupakan sebuah media *online* yang baru dibentuk pada 2017 oleh Najwa Shihab, Catharina Davy, dan Dahlia Citra. Dengan menerapkan konsep *homeless* media, *Narasi.tv* memanfaatkan seluruh *platform* digital untuk mendistribusikan kontennya. *Narasi.tv* memiliki tiga pilar yaitu *content*, *collaboration*, and *community* yang selalu menjadi acuan mereka untuk menjalankan sebuah medianya, sehingga *content*, *collaboration*, and *community* hadir sebagai jalur utama dalam menjalankan model bisnisnya.

Dengan membangun media *online*, *Narasi.tv* memutuskan bahwa target sasaran mereka adalah generasi *millennials* (16-35 tahun) dan generasi Z. Target sasaran ini juga membuat *Narasi.tv* menyesuaikan berbagai konten dan penyebarannya melalui digital agar mudah dinikmati oleh generasi *millennials* dan generasi Z. Isi produk yang diciptakan oleh *Narasi.tv* terdiri dari empat bagian besar yaitu *News*, *Entertainment*, Dokumenter, dan Investigasi. *Narasi.tv* hadir pertama kali dalam bentuk *website* dan sudah memproduksi 18 program yang terbagi menjadi enam

kanal yaitu *Narasi Entertainment, Narasi Talks, Narasi Stories, Narasi Newsroom, Narasi Sport, dan Narasi Classroom.*

Model konten yang diterapkan oleh *Narasi.tv* adalah *content aggregation model, audience aggregation model, dan audience segmentation models* dengan menerapkan empat kategori yaitu *consumer experience, bundling and buckets, screen real estate model, dan user created model.* Konten yang disajikan *Narasi.tv* selalu berfokus pada pedoman *Narasi.tv* dalam membuat konten yaitu *creative journalism.* *Narasi.tv* menargetkan konten-kontennya untuk dinikmati oleh generasi millennials dan generasi Z dan dapat diakses secara gratis di berbagai *platform* digital. *Narasi.tv* juga berfokus menyebarkan konten-kontennya dalam bentuk audiovisual.

Model distribusi yang diterapkan oleh *Narasi.tv* menggunakan model *Cross media.* *Narasi.tv* menyebarkan berbagai konten-kontennya lebih dari satu *platform, melalui website, YouTube, Podcast, dan media sosial (instagram, facebook, dan twitter).* Selain mendistribusikan konten-konten videonya di *website Narasi.tv, Narasi.tv* juga berkolaborasi dengan media konvensional yaitu *Trans 7* untuk mendistribusikan khusus program *Mata Najwa.* *Narasi.tv* memanfaatkan seluruh *platform* digital untuk memasarkan konten-kontennya.

Model bisnis *Narasi.tv* dibagi menjadi model pemasaran dan model pendapatan. Dalam model pemasaran, *Narasi.tv* menerapkan lima kategori model pemasaran yaitu *Spiral model, Viral Model, Affinity Model, Data*

Mining, dan *Longitudinal cohort Model*. *Narasi.tv* berfokus untuk memasarkan seluruh konten-kontennya di seluruh *platform* digital agar mudah diakses oleh target sarannya secara gratis. *Narasi.tv* juga fokus untuk terus melakukan kolaborasi dengan berbagai media, produk, ataupun perusahaan dalam membantu penyebaran dan isi kontennya. Selain melakukan penyebaran konten, *Narasi.tv* juga aktif menjalankan kampanye-kampanye yang sesuai dengan nilai-nilai yang mereka jalankan. *Narasi.tv* memanfaatkan tiga pilar untuk melakukan kegiatan pemasarannya. Hal ini dilakukan oleh *Narasi.tv* agar dapat meningkatkan *engagement* dengan para audiens.

Dalam model pendapatan, *Narasi.tv* menerapkan empat kategori model pemasaran yaitu *Multiple Revenue Stream Models*, *revenue sharing models*, *Affiliate revenue sharing*, dan *User generated content revenue sharing*. *Narasi.tv* mendapatkan pendapatan dari konten yang bekerja sama dengan *brand partnership*. Selain itu, *Narasi.tv* melakukan *sharing* pendapatan dan konsumen dengan partner serta *Narasi.tv* melakukan kerja sama dengan *Komunitas Mata Kita* untuk membuat konten dan akan ditayangkan kanal program yaitu *Mata-Mata*. Cara ini digunakan *Narasi.tv* untuk meningkatkan *engagement* dengan audiens dan terus membangun komunitas di seluruh Indonesia.

Melalui penelitian ini ada inovasi-inovasi baru bahwa *Narasi.tv* juga mengembangkan model kolaborasi dan model komunitas dalam pembuatan konten dan didistribusikan di seluruh *platform* digital. *Narasi.tv* tidak hanya

memanfaatkan kolaborasi dan komunitas untuk menghasilkan pendapatan, namun *Narasi.tv* juga melibatkan kolaborasi dan komunitas dalam menghasilkan konten-konten agar bisa berdampak besar dan luas kepada audiensnya. *Narasi.tv* juga mengintegrasikan konten-kontennya harus sejalan dengan usaha pemasaran dan pendapatan. Cara *Narasi.tv* menjalankan medianya dan tetap membuat medianya bertahan dengan memegang teguh tiga pilar yaitu *content, collaboration, and community*. Saat ini *Narasi.tv* lebih berfokus untuk meraih *engagement* dengan masyarakat sebanyak-banyaknya melalui media sosial agar masyarakat tidak hanya mengkonsumsi dan mengakses konten-kontennya saja, namun bisa menciptakan partisipasi langsung.

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 yang menerapkan konsep *homeless media* serta pendalaman mengenai jurnalisme di media sosial.

5.2 2 Saran Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi pembelajaran bagi *Narasi.tv* untuk memikirkan bagaimana konten-konten *Narasi.tv* dapat diakses dengan membayar dan berlangganan seperti model *Transactional Pay-per*, sehingga *engagement Narasi.tv* mudah terukur

dengan baik, dan jika audiens berlangganan konten-kontennya di *website*, otomatis audiens akan terus-menerus disajikan konten-konten di *Narasi.tv*. *Narasi.tv* juga dapat memikirkan cara-cara yang lebih terukur untuk bisa memasarkan seluruh konten-konten yang dibuatnya bisa relevan dan diminati oleh masyarakat luas. *Narasi.tv* seharusnya bisa memanfaatkan konsep model bisnis dalam segi model konten, distribusi, pemasaran, dan pendapatan, sehingga dapat menciptakan *engagement* dengan audiens yang lebih banyak dengan cara yang lebih inovasi.

5.2 3 Saran Sosial

Hasil penelitian ini bisa menjadi gambaran agar masyarakat bisa menciptakan partisipasi langsung dengan berinteraksi melalui media sosial dalam menentukan isu-isu yang akan dibahas oleh media-media yang memang fokus utamanya di *platform* digital.