

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

NET TV merupakan singkatan dari (News and Entertainment Television) adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET menggantikan siaran terestrial Spacetoon yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh Indika Group. Berbeda dengan Spacetoon yang acaranya ditujukan untuk anak-anak, program-program NET TV. ditujukan kepada keluarga dan pemirsa muda. selain melalui jaringan terestrial, NET TV. Juga menyiarkan kontennya melalui saluran komunikasi lain seperti jejaring social dan YouTube.

Pada tahun 2012, PT NET Mediatama Indonesia (NET.) ingin membangun sebuah stasiun TV yang membawakan sebuah revolusi media yang maju dan lebih modern. Pada pertengahan Maret 2013, PT NET Mediatama Indonesia mengakuisisi saham kepemilikan dari PT. Televisi Anak Spacetoon (Spacetoon) yang sebagian sahamnya dialih oleh Indika Group sebesar 95% dari saham kepemilikan Spacetoon. Sesaat setelah akuisisi saham kepemilikan Spacetoon ke NET TV, akhirnya pada Sabtu, 18 Mei 2013, siaran Spacetoon di jaringan terestrial menghilang dan digantikan oleh NET. Yang memulai siaran perdananya dengan menggunakan frekuensi milik Spacetoon di seluruh mantan jaringan frekuensi Spacetoon di Indonesia.

NET TV Memulai masa siaran percobaan selama satu pekan yang terhitung sejak Sabtu, 18 Mei 2013 sampai menjelang program Grand Launching Media Revolution yang disiarkan secara langsung pada Minggu, 26 Mei 2013 pukul 19.00 WIB, di Jakarta Convention Center, Senayan, Jakarta Pusat. Masa siaran percobaan NET TV. disiarkan mulai dari pukul 05.00 WIB-24.00 WIB tanpa ada iklan komersial. Setelah selesai masa siaran percobaan, jam tayang NET TV diperpanjang dari pukul 04.00 WIB-02.00 WIB. Akan tetapi, khusus selama bulan suci Ramadhan siaran NET. menjadi 24 jam non stop. Seluruh program-program dari Spacetoon Indonesia dirombak menjadi yang maju dan lebih modern, akan tetapi NET TV, tetap menayangkan lima program kartun unggulan dari Spacetoon yang disiarkan setiap Senin-Jumat mulai pukul 13.30 WIB-16.00 WIB dengan nama "NET. Playground" atau "NETOON" yang saat ini sudah tidak tayang lagi.

Pada 3 April 2015, NET. Secara resmi menjadi sponsor utama tim sepak bola Persija selama Liga QNB 2015. Sehari kemudian, tepatnya 4 April 2015, NET.juga menjadi sponsor utama Persib Bandung.



Gambar I.1

Simbol NET TV

(Sumber: www.netmedia.co.id tahun 2015)

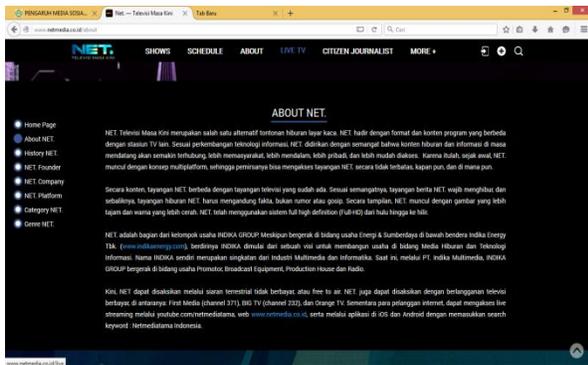
NET TV mengusung konsep dimana pengunjung ataupun penonton NET TV dapat merasakan “Media Social” yang tidak didapatkan di televisi lain karena dapat diunduh melalui Google Playstore ataupun I Store. NET TV tidak hanya menawarkan hiburan saja, tetapi juga menawarkan suasana digital dan menawarkan kecangihan

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada bidang media membuat posisi stasiun televisi pada posisi pertama dalam mendapatkan porsi iklan. Jumlah stasiun televisi yang bertambah banyak sejak kehadiran stasiun televisi TVRI pada tahun 1962 membuat stasiun televisi baru berlomba-lomba untuk mendapatkan pengiklan seperti yang diketahui bahwa penghasilan terbesar perusahaan media khususnya televisi adalah dari iklan. Oleh karena itu perlunya pengaruh strategy media social sebagai langkah strategis dalam menyusun komponen terbaik pemasaran

Pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan media social yang terdiri dari Website, Microblog, Konten, dan Proyek Kolaborasi untuk menarik minat kepuasan pelanggan. Tidak dapat dipungkiri, waktu siaran NET TV harus dapat dipasarkan dengan baik agar mampu menarik dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Pengaruh media merupakan orang yang memanfaatkan produk media secara langsung sebagai sarana untuk mempromosikan atau mengiklankan media. (Wiyono dan

Musman, 2011:60). Oleh karena itu setiap stasiun televisi harus dapat mengetahui karakteristik penontonnya sehingga akan menjadi bahan yang akan dijual kepada organisasi yang akan mengiklankan produknya.. Merujuk pada fenomena diatas mengenai kehadiran NET. TV sebagai televisi baru yang cukup sukses dalam merebut hati para penonton televisi, maka penulis merumuskan judul untuk penelitian ini adalah “Pengaruh Strategi Media Social terhadap kepuasan pealangga NET TV ”(SWA,2015:17)



Gambar I.2

Website NET TV

(Sumber:www.netmedia.co.id:2015)



Gambar I.3

Twitter NET TV

(<https://twitter.com/netmediatama>:2015)

1.3 Perumusan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Strategy Media Sosial di NET TV?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan NET TV?
3. Seberapa besar Pengaruh Media Social terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Seberapa Media Social di NET TV
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan NET TV
3. Untuk Mengetahui seberapa besar Pengaruh Media Social terhadap Kepuasan Pelanggan NET TV

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih mengenai Pengaruh Strategy Media Social dan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menonton NET TV

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh bagaimana pengaruh media campaign terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat terus mengembangkan strategi media social dalam menjalankan bisnis

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas lagi mengenai penelitian, maka disusunlah Sistematika Penulisan yang berisi mengenai:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini membahas mengenai rangkuman teori, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN.

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data, dan menganalisis data yang ada.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Bab ini menguraikan hasil dari analisis data dan unit analisis data serta membahas nya secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang merupakan solusi dari kesimpulan

