

**REBRANDING NET TV DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN  
CITRA SEBAGAI TELEVISI INOVATIF DAN MODERN  
MELALUI APLIKASI NETVERSE**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NATHASYA ARIYANI**

**1871650004**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA**

**2022**

***REBRANDING NET TV DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN CITRA  
SEBAGAI TELEVISI INOVATIF DAN MODERN  
MELALUI APLIKASI NETVERSE***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

**NATHASYA ARIYANI  
1871650004**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2022**



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathasya Ariyani  
NIM : 18716500004  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul "REBRANDING NET TV DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN CITRA SEBAGAI TELEVISI INOVATIF DAN MODERN MELALUI APLIKASI NETVERSE" adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 18 Juli 2022



Nathasya Ariyani



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR *REBRANDING* NET  
TV DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN CITRA SEBAGAI TELEVISI  
INOVATIF DAN MODERN MELALUI APLIKASI NETVERSE

Oleh:

Nama : Nathasya Ariyani

NIM : 18716500004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 18 Juli 2022

Menyetujui

Pembimbing I

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

Ketua Program Studi

Pjs. Dekan

(Singgih Sasongko, SIP. M.Si.)



(Dr. Verdipand Kobertua, S.Sos., M.Soc.,Sc)



Pada 14 Juli 2022 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Nathasya Ariyani

NIM : 1871650004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “*REBRANDING* NET TV DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN CITRA SEBAGAI TELEVISI INOVATIF DAN MODERN MELALUI APLIKASI NETVERSE” oleh tim penguji yang terdiri dari:

**Nama Penguji** **abatan** **Tanda Tangan**

1. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom Ketua

2. Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si. Anggota

3. Dr. Chontina Siahaan, M.Si Anggota



### **PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Nathasya Ariyani  
Nomor Induk Mahasiswa : 18716500004  
Jurusan/Peminatan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Rebranding NET TV Dalam Upaya Mengembalikan Citra Sebagai Televisi Inovatif dan Modern Melalui Aplikasi NetVerse

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Hasil Ujian Skripsi” pada tanggal 21 Juni 2022.

**JAKARTA, 18 JULI 2022**

Ketua Sidang/Penguji I

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.)

Penguji II

Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si.

Ketua Program Studi

Penguji III

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A

(Singgih Sasongko, SIP. M.Si.)



## PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nathasya Ariyani  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871500004  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul : Rebranding NET TV Dalam Upaya Mengembalikan  
Citra Sebagai Televisi Inovatif dan Modern Melalui  
Aplikasi NetVerse

Menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya memberikan Hak Non-Eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta,  
Pada 18 Juli 2022  
Yang menyatakan



Nathasya Ariyani

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul *“Rebranding NET TV Dalam Upaya Mengembalikan Citra Sebagai Televisi Yang Inovatif Dan Modern Melalui Aplikasi NetVerse”* ini dengan baik, sehingga penulisan skripsi yang merupakan syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia ini dapat peneliti selesaikan. Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna dan dapat dijadikan referensi untuk keperluan pendidikan serta pertumbuhan di dunia ilmu komunikasi. Kemudian peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan-keterbasan yang peneliti miliki. Walaupun demikian skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu dengan bantuan dari dosen pembimbing peneliti serta pihak-pihak lainnya.

Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya untuk setiap dukungan dan doa dari semua pihak yang telah bersama-sama dengan peneliti dalam memberikan masukan, tenaga serta waktunya. Untuk itu peneliti ingin akan menjabarkan nama-nama tersebut, yaitu:

1. Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia dan sebagai dosen yang telah memberikan motivasi serta kepercayaan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
2. Ibu Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A., selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu mendukung, membantu dan meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dengan sabar dalam proses penyelesaian skripsi ini. Peneliti sangat beruntung memiliki dosen pembimbing seperti beliau.
3. Ibu Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan arahan untuk peneliti selama masa perkuliahan.

4. Orang tua peneliti yaitu Mama yang memberikan dukungan serta selalu memberikan yang terbaik untuk peneliti. Papa yang selalu bersedia menemani peneliti serta kakak peneliti yaitu Stefanny Anggraeni, S.E. yang telah mendukung dan membiayai perkuliahan peneliti. Terimakasih atas doa dan bantuannya selama perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen serta Staff Ilmu Komunikasi UKI yang telah memberikan ilmu dan tenaganya dalam mengajar dan memerikan arahan kepada mahasiswa/i.
6. Sahabat yang selalu menemani selama delapan tahun ini, Andi, Ilham, Indah, Dewi dan Hafidz yang bersedia direpotkan dan membantu peneliti dalam memberikan masukan serta dukungan kepada peneliti.
7. Sahabat peneliti Purnamasari serta motivator peneliti Kak Rahmi yang selalu mendengar cerita peneliti serta memberikan nasihat kepada peneliti di dunia perkuliahan dan pekerjaan.
8. Sahabat-sahabat peneliti di kampus Liv Minerva, Bernadette Christy Priscilla, Yuliana Lelu dan Bernice Cristabel Vivian yang selalu menjadi penghibur serta penyemangat dalam dunia perkuliahan dan menerima peneliti apa adanya.
9. Teman-teman Asian Games peneliti yaitu Mitha, Kak Lala dan Kak Dyah yang sampai saat ini menjalin hubungan yang baik dan erat. Terimakasih telah memberikan berbagai masukan dalam mengerjakan skripsi.
10. Teman peneliti Dhani yang selalu menemani dan membantu peneliti dalam pekerjaan di tengah kewajiban peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
11. Mas Budi, Mas Juppy dan Mas Arya yang banyak membantu peneliti dalam mendapatkan sumber penelitian dan memberikan kekuatan kepada peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.
12. Para Staff NET TV yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan serta membantu peneliti selama masa magang, pelaksanaan penelitian, sampai penyusunan skripsi ini selesai.

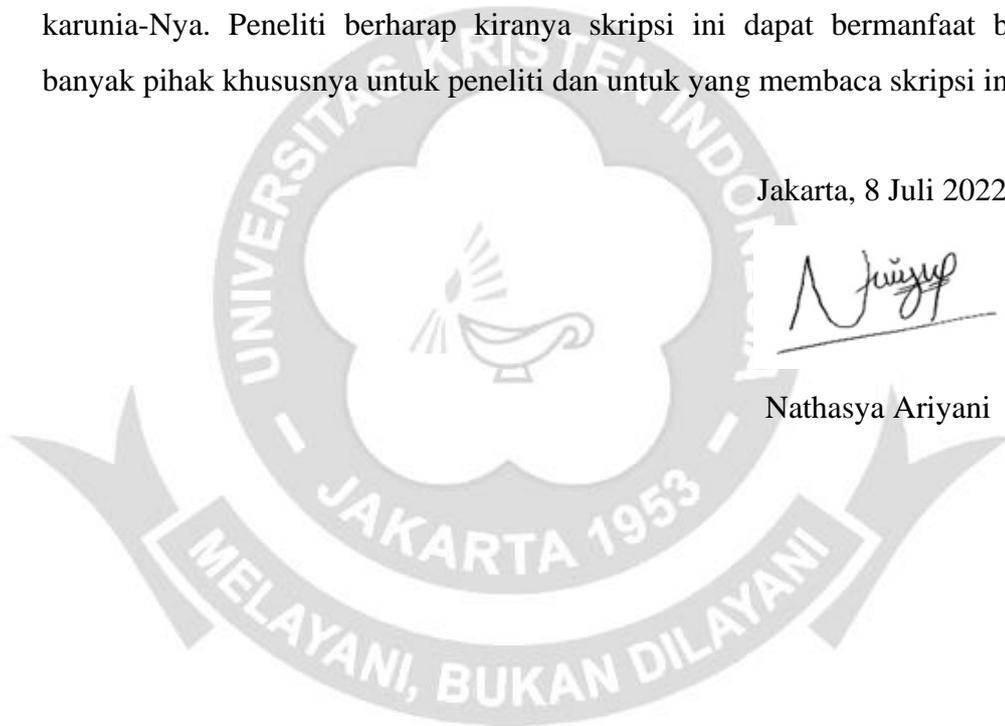
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi UKI 2018, Kelas Para Bintang yang kompak karena telah menemani dan memotivasi peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semangat untuk skripsinya, semoga kita bisa wisuda bersama.
14. Seluruh pihak yang ikut membantu peneliti, namun tidak bisa disebutkan satu persatu, Peneliti mengucapkan terimakasih banyak atas bantuannya.

Akhir kata, kiranya dengan selesainya skripsi ini Tuhan akan membalas semua baikan dan dukungan pihak-pihak yang telah disebutkan dengan kasih karunia-Nya. Peneliti berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak khususnya untuk peneliti dan untuk yang membaca skripsi ini.

Jakarta, 8 Juli 2022



Nathasya Ariyani



## DAFTAR ISI

<b><u>HALAMAN PERNYATAAN KEASILAN KARYA TUGAS AKHIR</u></b> .....	ii
<b><u>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</u></b> ....	iii
<b><u>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</u></b> .....	iv
<b><u>HALAMAN HASIL PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</u></b> .....	v
<b><u>HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</u></b> .....	vi
<b><u>KATA PENGANTAR</u></b> .....	vii
<b><u>DAFTAR ISI</u></b> .....	x
<b><u>DAFTAR GAMBAR</u></b> .....	xii
<b><u>DAFTAR LAMPIRAN</u></b> .....	xiii
<b><u>ABSTRAK</u></b> .....	xiv
<b><u>ABSTRACT</u></b> .....	xv
<b><u>BAB I</u></b> .....	1
<b><u>PENDAHULUAN</u></b> .....	1
<b><u>A. Latar Belakang Masalah</u></b> .....	1
<b><u>B. Rumusan Masalah</u></b> .....	10
<b><u>C. Tujuan Penelitian</u></b> .....	11
<b><u>D. Manfaat Penelitian</u></b> .....	11
<b><u>BAB II</u></b> .....	13
<b><u>TINJAUAN PUSTAKA</u></b> .....	13
<b><u>A. Landasan Teori</u></b> .....	13
<b><u>1. Rebranding</u></b> .....	13
<b><u>2. Citra</u></b> .....	20
<b><u>3. Brand</u></b> .....	25
<b><u>B. Kerangka Teoritis</u></b> .....	29
<b><u>C. Kerangka Berpikir</u></b> .....	31

<b><u>BAB III</u></b> .....	32
<b><u>METODOLOGI PENELITIAN</u></b> .....	32
<b><u>A. Paradigma Penelitian</u></b> .....	32
<b><u>B. Pendekatan Penelitian</u></b> .....	33
<b><u>C. Metode Penelitian</u></b> .....	34
<b><u>D. Metode Pengambilan Informan</u></b> .....	35
<b><u>E. Sumber Data</u></b> .....	36
<b><u>F. Teknik Pengumpulan Data</u></b> .....	37
<b><u>G. Teknik Analisis Data</u></b> .....	38
<b><u>H. Teknik Interpretasi Data</u></b> .....	40
<b><u>I. Keabsahan Data</u></b> .....	40
<b><u>BAB IV</u></b> .....	43
<b><u>PEMBAHASAN</u></b> .....	43
<b><u>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</u></b> .....	43
<b><u>B. Penyajian Data dari Hasil Analisis Data</u></b> .....	46
<b><u>C. Interpretasi Hasil Data</u></b> .....	66
<b><u>BAB V</u></b> .....	81
<b><u>KESIMPULAN &amp; SARAN</u></b> .....	81
<b><u>A. Kesimpulan</u></b> .....	81
<b><u>B. Saran</u></b> .....	83
<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	84
<b><u>Buku:</u></b> .....	84
<b><u>Jurnal:</u></b> .....	84
<b><u>Website:</u></b> .....	85
<b><u>LAMPIRAN</u></b> .....	87

## DAFTAR GAMBAR

<b><u>Gambar 1. 1 Data peningkatan waktu menonton <i>video streaming</i> di dunia....</u></b>	<b>5</b>
<b><u>Gambar 1. 2 Data media yang sering digunakan 2022.....</u></b>	<b>5</b>
<b><u>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....</u></b>	<b>31</b>
<b><u>Gambar 4. 1 Logo NET TV.....</u></b>	<b>43</b>
<b><u>Gambar 4. 2 Data Penurunan Penonton NET TV.....</u></b>	<b>67</b>
<b><u>Gambar 4. 3 Logo NetVerse.....</u></b>	<b>70</b>
<b><u>Gambar 4. 4 Publisitas Strategi Peluncuran NetVerse .....</u></b>	<b>72</b>
<b><u>Gambar 4. 5 Promosi grand launching NetVerse melalui Social Media .....</u></b>	<b>73</b>
<b><u>Gambar 4. 6 Pengembangan digital untuk masuk ke metaverse .....</u></b>	<b>73</b>
<b><u>Gambar 4. 7 Pelaksanaan promosi melalui program acara .....</u></b>	<b>74</b>
<b><u>Gambar 4. 8 Pelaksanaan promosi NetVerse melalui iklan.....</u></b>	<b>75</b>
<b><u>Gambar 4. 9 Data Analisis Pengguna Aplikasi NetVerse.....</u></b>	<b>76</b>
<b><u>Gambar 4. 10 Data Pertumbuhan Pengguna Aplikasi NetVerse .....</u></b>	<b>76</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Coding.....	85
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	111
Lampiran 3. Dokumentasi.....	145



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat segala aspek menjadi berubah, hal ini membuat manusia jadi lebih sering memanfaatkan dunia digital. Hal ini tentunya membuat dunia televisi mulai dikesampingkan oleh publik, untuk mengatasi hal tersebut perusahaan di bidang media konvensional harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut dengan melakukan suatu perubahan serta pembaharuan, agar perusahaannya dapat bertahan. Untuk itu strategi *rebranding* dapat dilakukan oleh perusahaan dalam membuat suatu pembaharuan pada perusahaannya. Begitupun halnya dengan NET TV yang melakukan suatu pembaharuan dengan pengembangan di dunia digital yaitu memanfaatkan produk digitalnya. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *rebranding* yang dilakukan NET TV dengan memanfaatkan aplikasi NetVerse guna mengembalikan citranya sebagai televisi yang inovatif dan modern. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode wawancara serta observasi untuk mengetahui proses *rebranding* berupa *analyzing*, *planning*, *implementation* dan *evaluation*. Hasilnya adalah *rebranding* yang dilakukan NET TV ini masuk ke dalam model evolusioner artinya *rebranding* ini hanya berfokus pada pengembangan dan pembaharuan perusahaan dengan memanfaatkan media digital berupa aplikasi NetVerse sebagai media yang dapat menjangkau publik dan memperluas target audiensnya. Tentunya strategi melalui digital ini juga dilakukan karena untuk mempertahankan citra NET TV sebagai televisi yang inovatif dan modern, maka dalam *rebranding* ini fokusnya pada dunia digital.

**Kata Kunci:** *Rebranding*, *Brand*, Citra, Inovatif, Digital, Televisi

## **ABSTRACT**

*Technological developments make all aspects change, this makes humans more often use the digital. This makes the world of television begin to be sidelined by the public, to overcome this companies based on conventional media must follow the development of the technology by making changes and renewals, so that the company can survive. For this reason, a rebranding strategy can be carried out by the company in making an update on the company. Likewise, NET TV is doing a renewal with developments in the digital world, namely utilizing its digital products. Therefore, this study aims to identify and analyze the rebranding carried out by NET TV by utilizing the NetVerse application to restore its image as an innovative and modern television. In here, the researcher used qualitative research with interview and observation methods to determine the rebranding process in the form of analyzing, planning, implementation and evaluation. The result is that NET TV's rebranding is entered into an evolutionary model, meaning that this rebranding only focuses on the development and renewal of the company by utilizing digital media in the form of the NetVerse application as a medium that can reach the public and expand its target audience. Of course, this strategy through digital is also carried out because in order to maintain the image of NET TV as an innovative and modern television, in this rebranding the focus is on the digital.*

**Keywords: Rebranding, Brand, Image, Innovative, Digital, Television**