

DAFTAR ISI

Lembar judul	i
Lembar pengesahan	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Grafik	ix
Daftar Lampiran.....	x
Intisari	xi
Abstract	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Lingkup Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. <i>Resource-Based View (RBV)</i>	8
a. Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage)	9
b. Diferensiasi.....	10
c. Diversifikasi	11
2.1.2. Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behaviour</i>)	14
2.2. Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODA PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Metode Pengumpulan Data	27
3.3. Instrumen Penelitian.....	27
3.4. Metode Analisis Data	27
Langkah-langkah Praktis dalam Analisis Data Menurut Miles dan Huberman	27
3.5. Profil Kasus	28



3.5.1.	Profil Perusahaan	28
3.5.2.	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	29
3.5.3.	Produk IDN Media	30
	Lainnya	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1.	Deskripsi Data	34
4.1.1.	Karakteristik Informan	34
4.1.2.	Analisis Tematik dan Wawancara	34
4.2.	Pembahasan	36
4.2.1.	Strategi IDN Media mewujudkan menjadi media informasi digital bagi Generasi Millenial dan Gen Z di tengah persaingan industri media digital	36
4.2.2.	Strategi IDN Media dalam bersaing dengan platform media sosial	40
BAB V PENUTUP		43
5.1.	Simpulan	43
5.2.	Implikasi	44
5.3.	Keterbatasan Penelitian	46
Daftar pustaka		48



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi IDN Media dalam Membangun Platform Informasi Digital untuk Milenial dan Gen Z
Elsy Destiny Telaumbanua, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc., CMA., Ak., CA.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perilaku Generasi Milenial dan Gen Z.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan Media di Indonesia yang Terverifikasi Menurut Jenisnya	1
Gambar 1.2 Media Sosial Paling Banyak Dipakai di Indonesia selama 2022	3
Gambar 2.1 Konten yang disukai Milenial Sumber: Indonesia Millennial Report 2022	17
Gambar 2.2 Konten yang disukai Gen Z Sumber: Indonesia Gen Z Report 2022	18
Gambar 3.1 Produk Konten dan Platfom Media IDN Media	30
Gambar 3.2 Produk Komersil IDN Media	32
Gambar 3.3 Produk Lain IDN Media	33



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi IDN Media dalam Membangun Platform Informasi Digital untuk Milenial dan Gen Z
Elsy Destiny Telaumbanua, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc., CMA., Ak., CA.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Kelompok Umur.....	15
--	----



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi IDN Media dalam Membangun Platform Informasi Digital untuk Milenial dan Gen Z
Elsy Destiny Telaumbanua, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc., CMA., Ak., CA.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara.....	48
Lampiran 2. Hasil Wawancara	51