UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
INTISARI xv
ABSTRACT xvi
BAB I **PENDAHULUAN** 1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan 1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan 7
1.3 Rumusan Masalah 9
1.4 Pertanyaan Penelitian 11
1.5 Tujuan Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 13
1.7 Sistematika Penulisan 13
BAB I **TINJAUAN PUSTAKAl** 15
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Platform Economy dan Platformization 15
2.1.2 Intermediation Theory dalam Ekosistem Digital 17
2.1.3 Value Network Theory 19
2.1.4 Attention Economy 20
2.1.5 Algorithmic Management 22
2.2 Model Bisnis 23
2.3 Kanvas Model Bisnis 25
2.4 Peta Empati Segmen Pelanggan 27
2.5 Aspek Kelayakan Finansial: NPV, IRR, dan Periode Pengembalian 30
2.5.1 NPV 31
2.5.2 IRR 32

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.5.3 Periode Pengembalian 33
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya 35
2.7 Kerangka Berpikir Penelitian 37
2.7.1 Fase Identifikasi Fenomena dan Problematika 42
2.7.2 Fase Formulasi Model Bisnis 43
2.7.3 Fase Output dan Implementasi 44
BAB III **METODE PENELITIAN** 46
3.1 Desain Penelitian 46
3.2 Unit Analisis 48
3.2.1 Unit Analisis Primer 48
3.2.2 Unit Analisis Sekunder 49
3.3 Jenis dan Sumber Data 50
3.3.1 Data Primer 50
3.3.2 Data Sekunder 51
3.4 Metode Pengumpulan Data 52
3.4.1 Wawancara Mendalam (In-Depth Interview) 53
3.4.2 Observasi Sistematis 56
3.4.3 Studi Dokumentasi 57
3.5 Instrumen Penelitian 58
3.5.1 Pertanyaan Wawancara 58
3.5.2 Peta Empati (Empathy Map) 67
3.6 Metode Analisis Data 70
3.6.1 Analisis Konten (Content Analysis) 71
3.6.2 Analisis Uji Kelayakan Bisnis 73
BAB IV **STRATEGI DAN RENCANA** 76
4.1 Hasil Observasi 76
4.1.1 Lanskap Distribusi Konten Digital di Indonesia 76
4.1.2 Pemetaan Entitas Distribusi Konten Informal 77
4.1.3 Temuan Observasi terhadap Akun Clipper Informan 78
4.1.4 Temuan Visual Observasi: Ekosistem Clipper 79
4.2 Peta Empati 83
4.2.1 Peta Empati Segmen Brand 83
4.2.2 Peta Empati Segmen Mitra Distributor Konten (Clipper) 86
4.3 Hasil Wawancara Mendalam 89

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3.1 Informan Brand 1: Muhammad Ahsan 89
4.3.2 Informan Brand 2: Adinda Kusumah..... 93
4.3.3 Informan Clipper 1: Adinata Bayu Hutama..... 95
4.3.4 Informan Clipper 2: Muhammad Wildan Alwi 97
4.3.5 Informan Clipper 3: Muhammad Nurhudha Ramadhanny 98

4.4 Model Bisnis DCDN ClipPro..... 102
4.4.1 Segmen Pelanggan (Customer Segments) 104
4.4.2 Proposisi Nilai (Value Proposition)..... 106
4.4.3 Saluran (Channels)..... 108
4.4.4 Hubungan Pelanggan (Customer Relationships) 109
4.4.5 Sumber Pendapatan (Revenue Streams) 111
4.4.6 Sumber Daya Utama (Key Resources) 112
4.4.7 Kegiatan Utama (Key Activities) 114
4.4.8 Kemitraan Utama (Key Partnerships)..... 116
4.4.9 Struktur Biaya (Cost Structure) 118

4.5 Tata Kelola dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual 125
4.5.1 Pilar 1: Legitimasi Hukum melalui Perjanjian Kerja Sama (PKS) Tiga Pihak..... 126
4.5.2 Pilar 2: Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual..... 129
4.5.3 Pilar 3: Transparansi Pembagian Nilai (Value Sharing)..... 131
4.5.6 Sintesis: Tata Kelola sebagai Fondasi Skalabilitas..... 133

4.6 Analisis Kelayakan Keuangan..... 134
4.6.1 Asumsi Dasar..... 134
4.5.2 Investasi Awal..... 136
4.5.3 Proyeksi Biaya Operasional Tahunan..... 138
4.5.4 Proyeksi Arus Kas Skenario Normal..... 139
4.5.5 Analisis Kelayakan Skenario Optimis 141
4.5.6 Analisis Kelayakan Skenario Pesimis..... 142

4.6 Gambaran Proses Operasional dan Desain Platform ClipPro 148
4.6.1 Alur Operasional dari Perspektif Brand..... 148
4.6.2 Alur Operasional dari Perspektif Clipper 150

BAB V **RENCANA AKSI**..... 152

5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan 152
5.1.1 Tahap Persiapan (Bulan 1–6)..... 155
5.1.2 Tahap Pelaksanaan (Bulan 7–18) 158
5.1.3 Tahap Evaluasi dan Skalabilitas (Bulan 19–24)..... 160

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.2 Penanggung Jawab 160
5.3 Ukuran Kinerja (Key Performance Indicators) 164
5.3.1 KPI Finansial 165
5.3.2 KPI Pelanggan — Segmen Brand 166
5.3.3 KPI Pelanggan — Segmen Mitra Clipper 168
5.3.4 KPI Proses Internal 171
5.3.5 KPI Pertumbuhan dan Pembelajaran 173
5.4 Mitigasi Risiko 175
DAFTAR PUSTAKA 179
LAMPIRAN 184

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pemetaan Posisi Strategis ClipPro terhadap Pemain Distribusi Konten Eksisting 6
Tabel 2. 1 Matriks Komparasi Penelitian Terdahulu dengan Model Bisnis DCDN 35
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir Penelitian Model Bisnis DCDN – ClipPro..... 38
Tabel 3. 1 Matriks Jenis dan Sumber Data Penelitian.....52
Tabel 3. 2 Profil Narasumber Penelitian 54
Tabel 3. 3 Kerangka Peta Empati dan Keterkaitan dengan Elemen Kanvas Model Bisnis 69
Tabel 3. 4 Ringkasan Alur Analisis Data, Instrumen, dan Keterkaitan dengan Pertanyaan Penelitian 74
Tabel 4. 1 Pemetaan Entitas Distribusi Konten Informal di Indonesia.....77
Tabel 4. 2 Peta Empati Segmen Brand DCDN ClipPro 83
Tabel 4. 3 Peta Empati Segmen Mitra Distributor Konten (Clipper) DCDN ClipPro 86
Tabel 4. 4 Matriks Konvergensi Temuan Lintas Informan 99
Tabel 4. 5 Sintesis Keterkaitan Sembilan Elemen BMC DCDN ClipPro..... 121
Tabel 4. 6 Perbandingan DCDN ClipPro dengan Entitas Distribusi Informal 123
Tabel 4. 7 Rancangan Klausul Wajib PKS Tiga Pihak DCDN ClipPro 127
Tabel 4. 8 Arsitektur Transparansi Dashboard DCDN ClipPro per Pemangku Kepentingan 132
Tabel 4. 9 Asumsi Keuangan Dasar DCDN ClipPro 134
Tabel 4. 10 Rincian Investasi Awal DCDN ClipPro..... 136
Tabel 4. 11 Proyeksi Biaya Operasional Tahunan DCDN ClipPro (Skenario Normal) 138
Tabel 4. 12 Proyeksi Arus Kas DCDN ClipPro - Skenario Normal (5 Tahun) 139
Tabel 4. 13 Proyeksi Arus Kas DCDN ClipPro - Skenario Optimis (5 Tahun) 141
Tabel 4. 14 Proyeksi Arus Kas DCDN ClipPro - Skenario Pesimis (5 Tahun) 142
Tabel 4. 15 Ringkasan Hasil Analisis Kelayakan Keuangan DCDN ClipPro 144
Tabel 5. 1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan DCDN ClipPro.....152
Tabel 5. 2 Struktur Posisi dan Tanggung Jawab DCDN ClipPro 160
Tabel 5. 3 Key Performance Indicators Finansial DCDN ClipPro 165
Tabel 5. 4 KPI Pelanggan Segmen Brand DCDN ClipPro 166

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 5. 5 KPI Pelanggan Segmen Mitra Clipper DCDN ClipPro 168
Tabel 5. 6 KPI Proses Internal DCDN ClipPro..... 171
Tabel 5. 7 KPI Pertumbuhan dan Pembelajaran DCDN ClipPro..... 173
Tabel 5. 8 Matriks Mitigasi Risiko DCDN ClipPro..... 175

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan TikTok Market Scope 3
Gambar 1. 2 Pemetaan Entitas Distribusi Konten Digital Informal di Indonesia 4
Gambar 2. 1 Kanvas Model Bisnis.....26
Gambar 2. 2 Peta Empati 28
Gambar 4. 1 Tampilan Aplikasi Ternak Klip — Daftar Kampanye Aktif.....79
Gambar 4. 2 Profil Akun TikTok @cah_esport — Muhammad Nurhudha Ramadhanny..... 81
Gambar 4. 3 Profil Akun TikTok @wiwil1109 — Muhammad Wildan Alwi . 82
Gambar 4. 4 Kanvas Model Bisnis DCDN ClipPro..... 103
Gambar 4. 5 Tampilan Dashboard ClipPro — Sisi Brand 149
Gambar 4. 6 Tampilan Dashboard ClipPro — Sisi Clipper..... 150

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Digital Content Distribution Network (DCDN) Melalui Platform ClipPro Berbasis Tiktok di Indonesia
Berlian Erlangga, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Lengkap Informan Penelitian 184
Lampiran 2 Dokumentasi Foto Wawancara..... 185
Lampiran 3 Panduan Wawancara..... 190
Lampiran 4 Ringkasan Transkripsi Wawancara per Informan 196