

ABSTRAK

Tutwuri Handayani Octavia, B06212034, 2016. Strategi Bisnis NET TV dalam Mengangkat Kearifan Lokal melalui Program Acara Indonesia Bagus. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Media, Kearifan Lokal, Strategi Bisnis, Indonesia Bagus

Saat ini banyak menampilkan tayangan program acara yang berkonten kearifan lokal. Hal tersebut tentu saja sangat menarik untuk dijadikan sebagai strategi bisnis oleh beberapa media saat ini. Salah satunya yaitu program acara Indonesia Bagus Net Tv yang sejak awal tayangannya murni tentang kearifan lokal budaya Indonesia.

Rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana strategi bisnis NET TV dalam mengangkat kearifan lokal melalui program acara Indonesia Bagus.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan dianalisis menggunakan teori Ekonomi Media.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa : (1) program acara Indonesia Bagus merupakan program unggulan sejak awal berdirinya stasiun televisi Net Tv (2) program acara Indonesia Bagus memilih konten kearifan lokal mengikuti tren media sampai saat ini (3) strategi bisnis yang dijalankan Indonesia Bagus yaitu selalu mempertahankan konten lokal dengan dikemas dalam beberapa segmen yang berkualitas dan mendidik (4) ekonomi media yang dijalankan oleh program acara Indonesia yaitu memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi konten dan mendistribusikannya kepada khalayak untuk memenuhi beragam permintaan akan kebutuhan informasi.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam kajian keilmuan komunikasi khususnya dalam pembahasan tentang bisnis media dalam suatu program acara. Strategi bisnis yang dijalankan oleh program acara Indonesia Bagus mengenai konten kearifan lokal akan membawa dampak besar dalam dunia pendidikan di Indonesia, masyarakat akan mendapat wawasan luas tentang budaya Indonesia melalui tayangan tersebut.