

## ABSTRAK

Televisi berlangganan atau *pay TV* menjadi salah satu bentuk perkembangan industri penyiaran di Indonesia. Pasca reformasi, *pay TV* menunjukkan peningkatan jumlah. Namun, di tahun 2020 *pay TV* menghadapi penurunan kuantitas dan minat penonton. Di tengah kelesuan tersebut, iKonser Channel justru hadir sebagai televisi musik berlangganan. Tantangan harus yang dihadapi oleh iKonser Channel yakni adanya persaingan dengan media lain, seperti televisi *free-to-air*, *platform* musik digital, dan layanan *video on demand* (VOD). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen media penyiaran yang diimplementasikan oleh iKonser Channel dalam menghadapi tantangan tersebut sehingga dapat mempertahankan eksistensinya. Teori yang digunakan adalah ekologi media milik Dimmick & Rohtenbuhler (2006) dan manajemen media penyiaran milik Morissan (2015). Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dan memperoleh data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan yang diambil berasal dari sumber daya manusia (SDM) dan pelanggan iKonser Channel. Hasil penelitian ini menunjukkan manajemen media penyiaran di iKonser Channel adalah melalui fungsi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Akan tetapi, fungsi tersebut belum diimplementasikan dengan baik. Akibatnya, eksistensi iKonser Channel yang ditinjau dari aspek *type of content*, *type of capital*, dan *type of audience* menjadi kurang optimal. Faktor yang berperan besar terhadap capaian eksistensi dan bertahannya iKonser Channel adalah *supporting capital* berupa kerja sama antara Rajawali Indonesia dan IndiHome Telkom Indonesia. Meski demikian, iKonser Channel perlu independensi manajemen untuk dapat meningkatkan eksistensinya.

Kata kunci: Televisi berlangganan, manajemen media penyiaran, eksistensi.

## ABSTRACT

*Subscription television, or pay TV, is one form of development in the broadcasting industry in Indonesia. After the reform, pay TV showed an increase in numbers. However, in 2020, pay TV faced a decline in quantity and viewer interest. In the midst of this slump, iKonser Channel is actually present as a subscription music television. The challenge facing iKonser Channel is competition from other media such as free-to-air TV, digital music platforms and video-on-demand (VOD) services. This research aims to find out how broadcast media management is implemented by iKonser Channel to face these challenges in order to maintain its existence. The theories used are Dimmick & Rohtenbuhler's (2006) media ecology and Morissan's (2015) broadcast media management. The research was conducted using a descriptive qualitative method and the data was obtained through interviews, observation and documentation. The informants were human resources (HR) and iKonser channel subscribers. The result of this research shows that broadcast media management in iKonser Channel is through planning, organising, directing and controlling functions. However, these functions are not well implemented. As a result, the existence of iKonser Channel in terms of type of content, type of capital and type of audience is not optimal. The factor that plays an important role in achieving the existence and survival of iKonser Channel is supporting capital in the form of cooperation between Rajawali Indonesia and IndiHome Telkom Indonesia. However, iKonser Channel needs management independence to strengthen its existence.*

*Keyword: Subscription television, broadcast media management, existence.*