

Manajemen impresi terhadap talent untuk meningkatkan minat menonton NET. = Impression management towards talent to improve audience interest to NET.

Rania Savitri Mafiroh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423902&lokasi=lokal>

Abstrak

Di the information of age saat ini, globalisasi telah berperan dalam pesatnya kemajuan teknologi informasi. Industri media televisi pun berkompetisi satu sama lain untuk berebut pasar karena khalayak aktif dalam menonton program yang dibutuhkannya. Eksistensi televisi pada akhirnya tidak hanya sebagai penyedia informasi dan hiburan, melainkan secara aktif menawarkan informasi dan hiburan yang inovatif, kreatif, dan modern. Hal tersebut dipahami oleh NET., stasiun televisi terbaru di Indonesia, untuk melakukan diferensiasi terhadap stasiun televisi yang telah ada sebelumnya dan memosisikan diri sebagai stasiun televisi masa kini yang modern. Dari hasil pengamatan penulis terhadap NET., ditemukan bahwa NET. telah melakukan rebranding terhadap talent nya, dengan menggunakan strategi manajemen impresi, sebagaimana yang dikemukakan oleh De Vito.

During the information of age era nowadays, globalization has played an important role of information technology growth. Television media industries started competing to gain public's attention on the programs they need. The existence of television has been known for not only merely providing information and entertainment but also offering innovative, creative, and modern information and entertainment actively. NET. as the newest television station in Indonesia, has understood the case in order to make a difference from the previous television stations by positioning itself as a new face in modern television era. From the observation toward NET, it was found that NET has rebranded its talent through impression management strategy as it is explained by De Vito.