

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan platform digital yang digunakan oleh media arus utama di Indonesia serta menganalisis platform digital yang dimiliki oleh media tersebut seperti penggunaan platform digital berbasis website maupun platform digital berbasis media sosial yang digunakan oleh perusahaan media arus utama di Indonesia. Transformasi digital atau digitalisasi pada perusahaan media arus utama di Indonesia dilakukan dengan cara mengubah media konvensional untuk melakukan konvergensi berbagai platform digital demi menjaga keaslian informasi dan menjangkau audience yang lebih luas. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode netnografi yang diperkuat dengan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan webscraping melalui mesin pencarian dan juga platform media sosial seperti Instagram, tiktok, X, facebook, youtube dan juga platform digital berbasis aplikasi. Pembahasan dari penelitian ini adalah membahas tentang penggunaan platform digital yang digunakan perusahaan media arus utama di Indonesia mulai dari jumlah pengikut di akun media sosial dan juga jumlah penjunjung website perusahaan media terkait, selain itu peneliti juga melakukan analisis terkait dengan interaksi berupa jumlah like dan penonton serta menganalisis terkait pola aktifitas di akun media sosial berupa jumlah unggahan dari perusahaan media terkait.

Kata kunci: Platform Digital, Pemetaan, Media Arus Utama, Transformasi Digital, Indonesia

## **ABSTRACT**

This research aims to map the digital platforms used by mainstream media in Indonesia and analyze the digital platforms owned by the media such as the use of website-based digital platforms and social media-based digital platforms used by mainstream media companies in Indonesia. Digital transformation or digitalization in mainstream media companies in Indonesia is carried out by changing conventional media to converge various digital platforms in order to maintain the authenticity of information and reach a wider audience. This type of research is quantitative research with netnography methods reinforced by descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observation and webscraping through search engines and also social media platforms such as Instagram, tiktok, X, facebook, youtube and also application-based digital platforms. The discussion of this research is to discuss the use of digital platforms used by mainstream media companies in Indonesia, starting from the number of followers on social media accounts and also the number of visitors to the websites of related media companies, besides that the researcher also analyzes related to interactions in the form of the number of likes and views and analyzes related activity patterns on social media accounts in the form of the number of uploads from related media companies.

Keywords: Digital Platform, Mapping, Mainstream Media, Digital Transformation, Indonesia