

Strategi bisnis media cetak di era konvergensi media : studi kasus kelompok Kompas Gramedia = Business strategy of printed media in media convergence era : case study of Kompas Gramedia group

Muhammad Raihan Febriansyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349426&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas strategi bisnis media cetak dalam era konvergensi media. Bagaimana bisnis media cetak melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap perkembangan industri media massa dewasa ini. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan teknik analisis data naratif dan tematik. Penelitian ini mencapai kesimpulan bahwa untuk menyikapi perkembangan era media massa dan agar dapat mempertahankan eksistensi bisnis media cetak di era konvergensi media, media cetak harus terus berinovasi. Dalam Kelompok Kompas Gramedia, diterapkan strategi berbeda pada ketiga unit bisnis media cetak. Pada Harian Kompas diterapkan strategi diferensiasi, pada Perusahaan Pers Daerah diterapkan strategi fokus yang dikombinasikan dengan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh, sedangkan pada Gramedia Majalah diterapkan strategi Fokus.

.....

The thesis discusses about business strategy of printed media on media convergence era. How printed media do adaptation to development of mass media industry nowadays. The research is research with qualitative approach with descriptive method and naratif and thematic data analysis technique. The research?s result is to adapt the development of the mass media era and to run printed media business in convergence media era, the company has to always innovate. In Kompas Gramedia Group, different business strategy applied to each printed media business unit. Differentiation strategy is applied for Kompas daily newspaper, strategy of cost focus applied for Group of Regional Newspaper, but for Group of Magazine, focus strategy is the applied one.