



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Broadcasting*  
Agung Pambudi  
44111110058

Strategi Manajemen media cetak dalam menghadapi persaingan dengan media online pada bidang pemberitaan (Studi kasus : Koran Kompas)  
Jumlah Halaman : xii + 74 Halaman + 28 Lampiran  
Bibliografi : 25 acuan, 2006 – 2012

### ABSTRAKSI

Dalam suatu perusahaan media cetak, diperlukan suatu strategi pemberitaan untuk dapat bersaing dengan media lainnya. Kompas sebagai salah satu media cetak terbesar di Indonesia, tentu memiliki strategi pada bidang pemberitaan. Tujuan dari strategi pemberitaan ini adalah agar tujuan awal dari pemberitaan itu sendiri dapat tercapai.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui bagaimana strategi Kompas untuk dapat bersaing dengan media lain khususnya pada bidang pemberitaan dengan menggunakan landasan teori milik Wayne mondy yang lebih menekankan bahwa proses manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai proses strategi manajemen yang dilakukan redaksi Kompas dalam pemberitaan. Seperti pada tahap perencanaan pencarian berita, pengorganisasian kelompok kerja, dan pengevaluasian hasil kerja. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi manajemen yang digunakan koran Kompas pada bidang pemberitaan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kompas memandang media online bukan lagi sebuah saingan. Namun, merupakan sebuah jawaban dari masalah yang lebih besar yaitu keterbatasan bahan baku. Koran Kompas mencoba untuk bersinergi dengan perkembangan teknologi.