

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang strategi pengembangan produk perusahaan. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Majalah Tempo yang di terbitkan oleh PT. Tempo Inti Media, Tbk dan mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk PT. Tempo Inti Media, Tbk dalam menghadapi era digital media. Data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Matrix BCG dan SWOT.

Hasil analisis adalah bagian yang menjadi sentral dari semua produk Perseroan, sesuai dengan tren bisnis jurnalistik masa depan, akan lebih menitik beratkan pengembangan produk berbasis *e-commerce* dan *web*.