

ABSTRAK

Internet memberikan perubahan praktik dan teoritik dalam melihat perkembangan media massa menghadapi era digital. Media konvensional mengalami kemunduran, dan internet memunculkan media baru yang ditandai dengan digitalisasi berbagai konten. Konten media sangat dipengaruhi isu dan interkasi yang terjadi di media sosial. Model media yang tepat digunakan adalah media baru sebagai solusi dalam kompetisi bisnis media. Salah satu media digital Suara.com yang merupakan media yang mampu eksis ditengah arus konvergensi tanpa melalui proses transformasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen media *online* dalam pengelolaan konten menurut, Eli M Noam menjabarkan pembuatan konten, *platform* distribusi dan perangkat teknologi. Strategi komunikasi Mohr dan Nelvin mendefinisikan strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi. Sedangkan dari segi konvergensi menggunakan teori Grant mendefinisikan lima tahap aktivitas dalam konvergensi berdasarkan tingkat partisipasinya yang lebih dikenal dengan sebutan *convergence continuum*.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa strategi pengelolaan media digital *newcomer* Suara.com ditengah arus konvergensi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktif pendekatan kualitatif jenis deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Kemudian untuk memeriksa keabsahan data dilakukan dengan triangulasi teknik.

Strategi yang digunakan merupakan strategi praktis yang diterapkan secara *Adapting* yaitu 5K 1T, (konten, kreatif, kolaborasi, kurasi, komunitas, teknologi). Dalam pendistribusian konten Suara.com menyebarkan ke kanal yang ada di media sosial. Memanfaatkan IT sebagai pendistribusian konten. Memperkuat *influencer* atau mitra jaringan lainnya dalam suatu komunitas. Implementasi secara komprehensif menampilkan fitur-fitur pada halaman web nya dengan design menarik. Ekspansi ke berbagai wilayah Indonesia. Ada *platform non media* berupa *e commerce* dan *platform advetorial*.

Kata Kunci: Menejemen Media, Konvergensi, Media Online, Media Baru

ABSTRACT

The internet provides practical and theoretical changes in viewing the development of mass media in the face of the digital era. Conventional media is experiencing a setback, and the internet has given rise to new media which is marked by the digitization of various contents. Media content is heavily influenced by issues and interactions that occur on social media. The right media model to use is new media as a solution in media business competition. One of the digital media, Suara.com, is media that can exist in the midst of convergence without going through a transformation process.

The theory used in this study is online media management theory in content management according to Eli M Noam describing content creation, distribution platforms and technology devices. Communication strategy Mohr and Nelvin define communication strategy as the use of a combination of communication facets which include communication frequency, communication formality, communication content, communication channels. Meanwhile, in terms of convergence, using Grant's theory defines five stages of activity in convergence based on the level of participation, which is better known as the convergence continuum.

The purpose of this research is to analyze the strategy for digital media management for newcomers, Suara.com, in the midst of convergence. This study uses a constructive paradigm qualitative approach descriptive qualitative type. The method used is a case study with interview, documentation and observation methods. Then to check the validity of the data, technical triangulation was carried out.

The strategy used is a practical strategy that is applied in an Adapting manner, namely 5K 1T, (content, creative, collaboration, curation, community, technology). In distributing the content, Suara.com spreads it to channels on social media. Utilizing IT as content distribution. Strengthen influencers or other network partners in a community. The implementation comprehensively displays the features on the web page with an attractive design. Expansion to various regions of Indonesia. There are non-media platforms in the form of e-commerce and advertising platforms.

Keyword: Media Management, Convergence, Online Media, New Media