



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Dwi Oktaviane
44114110079

Strategi Koran Tempo dalam Mentransformasi Menuju Konvergensi Media
Jumlah Halaman : xii + 102 halaman

ABSTRAKSI

Dalam suatu perusahaan media cetak, diperlukan suatu strategi pemberitaan maupun manajemen untuk dapat bersaing dengan media lainnya. Tempo sebagai salah satu media cetak terbesar di Indonesia, tentu memiliki strategi pada bidang manajemen transformasi. Tujuan dari strategi transformasi ini adalah agar proses pengembangan sebuah media dapat terwujud seiring dengan perkembangan zamannya.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui bagaimana strategi Koran Tempo untuk dapat bersaing dengan media lain dengan landasan Teori konvergensi media yang diteliti oleh Henry Jenkins, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu computing (memasukkan data melalui komputer), communication (komunikasi), dan content (materi isi/ konten).

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 transformasi yang dilakukan redaksi Koran Tempo menuju konvergensi media. Seperti didalamnya adanya komputerisasi, komunikasi, dan konten/isi berita.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Tempo memandang perlunya transformasi yang dimana seiring berkembang mengikuti kebutuhan globalisasi menuju konvergensi media.