



**STRATEGI MANAJEMEN MEDIA MASSA
UNTUK BERTAHAN
DI TENGAH ERA DIGITALISASI MEDIA
(STUDI KASUS MAJALAH LISTRIK INDONESIA
PERIODE 2021 - 2023)**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
OLEH

BAMBANG DWIYANTO

NIM: 55222110054

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Bambang Dwiyanto
NIM : 55222110054
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan
di Era Digitalisasi Media (Studi Kasus Majalah
Listrik Indonesia periode 2021 - 2023)

Jakarta, 18 Juli 2024

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan di Tengah
Era Digitalisasi Media (Studi kasus Majalah Listrik Indonesia)
periode 2021 - 2023

Nama : Bambang Dwiyanto

NIM : 55222110054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis

Tanggal : 18 Juli 2024

Jakarta, 18 Juli 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si.)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)



(.....)

(.....)

(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan di Tengah Era Digitalisasi Media (Studi kasus Majalah Listrik Indonesia) (periode 2021 – 2023)

Nama : Bambang Dwiyanto

NIM : 55222110054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis

Tanggal : 18 Juli 2024

Jakarta, 18 Juni 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si.)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Bambang Dwiyanto
NIM : 55222110054
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan
di Tengah Era Digitalisasi Media (Studi kasus Majalah
Listrik Indonesia periode 2021 - 2023)

Jakarta, 18 Juli 2024

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Bambang Dwiyanto
NIM : 55222110054
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Strategi Media Massa Untuk Bertahan di Tengah Era Digitalisasi Media (Studi Kasus Majalah Listrik Indonesia)” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 Juli 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 19 %.



Jakarta, 15 Juli 2024
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aulia Rahman', is written over the text 'UNIVERSITAS MERCU BUANA'.

Aulia Rahman, S.Ikom

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan di Tengah Era Digitalisasi Media (Studi kasus Majalah Listrik Indonesia periode 2021 – 2023)
Nama : Bambang Dwiyanto
NIM : 55222110054
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 18 Juli 2024.

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
SEPULUH RIBU RUPAH
TSL
20
METERAI
TEMPEL
5083AJX004006509
(Bambang Dwiyanto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunianya peneliti bisa menyelesaikan penelitian untuk keperluan tesis ini dengan baik. Penelitian tesis ini peneliti lakukan dengan tujuan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dengan judul “STRATEGI MANAJEMEN MEDIA MASSA UNTUK BERTAHAN DI TENGAH ERA DIGITALISASI MEDIA (Studi Kasus Majalah Listrik Indonesia periode 2021 - 2023).

Melalui penelitian ini peneliti bermaksud mendeskripsikan dan menganalisis strategi majalah Listrik Indonesia, khususnya di tahun 2021 - 2023 dalam bertahan di tengah era digitalisasi media. Tujuannya untuk mendapatkan informasi dan masukan tentang bagaimana media massa, khususnya media cetak, khususnya majalah yang segmented mengantisipasi dan menyikapi era digitalisasi yang melanda seluruh sektor kehidupan supaya tetap bisa bertahan menjalankan misinya. Harapannya kita bisa mendapatkan informasi dan masukan sebagai bahan referensi bagi pengelola media lain khususnya majalah segmented, untuk menyusun strategi menyikapi hadirnya era digitalisasi.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak bisa dilakukan sendiri. Oleh karena itu peneliti menyampaikan apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian ini. Secara khusus penghargaan dan ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Dosen pembimbing, Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., atas segala bimbingan dan arahnya
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.,
3. Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si

4. Dosen penelaah, Bapak Dr. Achmad Jamil, M.Si atas segala masukan, saran dan penyempurnaan penelitian dan tesis ini
5. Seluruh dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana atas dedikasi dan ilmunya sehingga penulis dapat menjalani penelitian ini dengan baik
6. Managing Director Majalah Listrik Indonesia, Bapak Irwadhi Marzuki atas ijin dan dukungannya dalam melakukan penelitian
7. Promotion Director Majalah Listrik Indonesia, Bapak Irwan Rachman
8. Event Director Majalah Listrik Indonesia, Bapak Ismail Atmadja
9. Pemimpin Redaksi Majalah Listrik Indonesia, Bapak Damar Rusli
10. Manajer Marketing dan Promosi Majalah Listrik Indonesia, bapak Ari Miradi
11. Tokoh pers dan wartawan senior Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara, Bapak Priyambodo RH
12. Teman-teman Angkatan 41 Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana
13. Istri tercinta, Ib. Estiana Widiarti dan anak-anak Bagus Septianto Prabowo, Rivan Arifian Aristo, Akbar Fajari Mudaffa
14. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah mendukung penelitian dan penulisan tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, masukan, kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tesis ini.

Semoga tesis ini bisa memberi manfaat bagi dunia keilmuan, bagi kalangan praktisi pers dan seluruh pembaca yang budiman.

Terima kasih

Juli 2024,

Peneliti

ABSTRAK

Akhir-akhir ini media massa menghadapi tantangan besar seiring dengan hadirnya era digitalisasi media. Media massa telah terdisrupsi. Era digitalisasi telah mengubah secara mendasar cara orang mengkapitalisasi, mengirimkan, mengkonsumsi, dan menyebarkan informasi. Digitalisasi adalah istilah yang digunakan dalam kaitannya dengan kemunculan digital, jaringan internet, khususnya teknologi informasi komputer. Perubahan cara orang memperlakukan informasi telah memberikan dampak besar pada platform bisnis media massa. Salah satu jenis media massa yang paling tua dan paling populer adalah media berbasis cetak, terutama surat kabar dan majalah. Media berbasis cetak merupakan salah satu media yang sangat terpengaruh oleh digitalisasi media.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi media massa, khususnya media berbasis cetak, khususnya majalah yang tersegmentasi dalam mengantisipasi dan menyikapi era digitalisasi agar tetap bertahan, melalui studi kasus pada majalah Listrik Indonesia periode 2021 - 2023. Media yang sangat tersegmentasi ini telah bertahan sejak pertama kali terbit pada tahun 2009 dalam edisi cetak dan online.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Peneliti melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumenter untuk mendapatkan data yang diinginkan. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan bagi pengelola media massa untuk bertahan di tengah era digitalisasi media.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan posisinya sebagai media massa yang tersegmentasi, Listrik Indonesia lebih tangguh dalam menghadapi disrupsi digitalisasi media. Para pengurus media yang memiliki latar belakang marketing juga diyakini memperkuat kepercayaan diri mereka dalam menghadapi digitalisasi. Selain itu, penerbit majalah Listrik Indonesia juga menerapkan beberapa strategi untuk menghadapi digitalisasi media, yaitu strategi diversifikasi, strategi konvergensi, dan strategi editorial.

Kata kunci : strategi media massa, digitalisasi, konvergensi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Recently, the mass media has faced great challenges along with the presence of the media digitalization era. The mass media has been disrupted. The era of digitalization has fundamentally changed the way people capitalize, transmit, consume and disseminate information. Digitalization is a term used in relation to the emergence of digital, internet networks, especially computer information technology. Changes in the way people treat information have had a profound impact on mass media business platforms. One of the oldest and most popular types of mass media is print based media, especially newspapers and magazines. Print based media is one of the media that has been greatly affected by media digitization.

The purpose of this research is to analyze the strategy of mass media, especially print based media, especially segmented magazines in anticipating and responding to the digitalization era to survive, through a case study of Listrik Indonesia magazine period 2021 - 2023. This highly segmented media has survived since its first publication in 2009 in printed and online editions.

This research uses a qualitative case study research method with a constructivism paradigm. Researchers conducted observations, interviews and documentary studies to obtain the desired data. The results of the research can be used as a reference for mass media managers to survive in the midst of the media digitalization era.

The results show that with its position as a segmented mass media, Listrik Indonesia is more resilient in the face of media digitalization disruption. Media management with marketing backgrounds also reinforced their confidence in the face of digitalisation. In addition, the publisher of Listrik Indonesia magazine also applies several strategies to deal with media digitalization, namely diversification strategies, convergence strategies and editorial strategies.

Keyword : mass media strategy, digitalization, convergence

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4.1. Maksud Penelitian	6
1.4.2. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
1.5.1. Manfaat Penelitian	6
1.5.2. Kegunaan Penelitian.	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kajian Teori	21
2.3. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Tipe Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian	26
3.3. Subyek Penelitian	27
3.4. Paradigma Penelitian	29

3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Teknik Analisa Data	30
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
4.1.1. Sejarah Majalah Listrik Indonesia..	34
4.1.2. Rubrikasi Majalah Listrik Indonesia	43
4.1.3. Sumber Daya Manusia (SDM)	43
4.1.4. Profil Informan dan Narasumber	45
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Berangkat Dari Orang Iklan	49
4.2.2. Segmented Yang Menguntungkan	63
4.2.3. Versi Digital dan Portal Online	65
4.2.4. Strategi Konten Majalah	71
4.3. Pembahasan	76
4.3.1. Analisa Strategi	76
4.3.2. Analisa Teori Niche	84
4.3.3. Analisa Imbangan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekap pertumbuhan media cetak 2017 – 2023	2
Tabel 4.1 Perkembangan oplah majalah Listrik Indonesia versi cetak.....	38
Tabel 4.2 Komposisi isi majalah pada beberapa edisi	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kurva pertumbuhan jumlah media cetak.....	3
Gambar 1.2 Kurva pertumbuhan oplah media cetak	3
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	25
Gambar 4.1 Edisi perdana majalah Listrik Indonesia, Februari 2009	37
Gambar 4.2 Spesifikasi majalah Listrik Indonesia	38
Gambar 4.3 Segmentasi pembaca berdasarkan profesi	39
Gambar 4.4 Segmentasi pembaca berdasarkan usia	39
Gambar 4.5 Segmentasi pembaca berdasarkan tingkat pendidikan	40
Gambar 4.6 Segmentasi pembaca berdasarkan gender	40
Gambar 4.7 Sebaran pembaca majalah Listrik Indonesia	41
Gambar 4.8 Majalah Listrik Indonesia edisi 98 (20 Mei – 20 Juni 2024)	42
Gambar 4.9 Advertisement rate Majalah Listrik Indonesia 2024	51
Gambar 4.10 Beberapa event yang diselenggarakan oleh Listrik Indonesia	54
Gambar 4.11 Penutupan IBEA 2023	54
Gambar 4.12 Berita event IBEA 2023 di portal dan majalah Listrik Indonesia	55
Gambar 4.13 Berita event IBEA 2023 di mediaindonesia.com dan jpnn.com	55
Gambar 4.14 Iklan kolektif ucapan selamat (cong ad) kepada PT Sumber Segara Primadaya sebagai salah satu pemenang IBEA 2023	56
Gambar 4.15 Pariwisata dari pemenang IBEA	56
Gambar 4.16 Penghargaan Listrik Indonesia	57
Gambar 4.17 Berita Anugerah DEN 2023	58
Gambar 4.18 Menteri LHK membuka Energy Transition Conference & Exhibition.	59
Gambar 4.19 Pembukaan event Anugerah DEN 2023	59
Gambar 4.20 Dirut PLN memberikan sambutan di event IBEA 2023	62
Gambar 4.21 Iklan kemitraan (cong ad) di majalah Listrik Indonesia	65
Gambar 4.22 Portal online	67
Gambar 4.23 emagazine Listrik Indonesia	67
Gambar 4.24 Akun instagram Listrik Indonesia	68
Gambar 4.25 Akun youtube Listrik Indonesia	68
Gambar 4.26 Isi berita di portal online diblast di IG Listrik Indonesia.....	69
Gambar 4.27 Podcast MLI (Majalah Listrik Indonesia) TV	70
Gambar 4.28 Tulisan feature di majalah Listrik Indonesia	76