



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**MANAJEMEN ADAPTASI BERBASIS KONVERGENSI  
PADA MAJALAH COSMOPOLITAN INDONESIA DALAM  
UPAYA MEMPERTAHANKAN BISNIS  
(Studi Kasus tahun 2024)**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

OLEH  
PRITA APRESIANTI  
55222110052

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2024**



**MANAJEMEN ADAPTASI BERBASIS KONVERGENSI  
PADA MAJALAH COSMOPOLITAN INDONESIA DALAM  
UPAYA MEMPERTAHANKAN BISNIS  
(Studi Kasus tahun 2024)**

**TESIS**

Diajukan Untuk Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
OLEH  
PRITA APRESIANTI  
55222110052

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2024**



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

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Prita Apresianti  
NIM : 55222110052  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Media Industry & Business  
Judul Karya Akhir/Tesis : Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada  
Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya  
Mempertahankan Bisnis (Studi Kasus 2024)

Jakarta, 23 July 2024

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

## PERNYATAAN

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

Judul : Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis (Studi Kasus 2024)  
Nama : Prita Apresianti  
N I M : 55222110052  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 23 July 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, 23 July 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



SEKOLAH BIBLIOPHILIA  
METRAI  
TEMPEL  
E25E7ALX228663856

Prita Apresianti

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Prita Apresianti  
NIM : 55222110052  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis (Studi Kasus 2024).” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 July 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 13%

Jakarta, 12 July 2024  
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
**Aulia Rahman, S.Ikom**



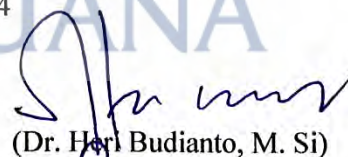
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

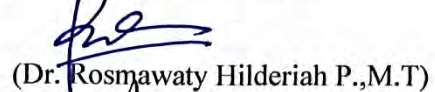
**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

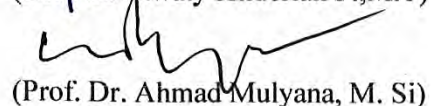
Judul : Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah  
Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis  
(Studi Kasus 2024)  
Nama : Prita Apresianti  
NIM : 55222110052  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Industry & Business  
Tanggal : 23 July 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 23 July 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
2. Penguji Ahli :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
3. Pembimbing :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)

  
(Dr. Hari Budianto, M. Si)

  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah P., M.T)

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



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

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Prita Apresianti  
NIM : 55222110052  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Media Industry and Business  
Judul Karya Akhir/Tesis : Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada  
Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis (Studi Kasus  
2024)

Jakarta, 23 July 2024

UNIVERSITAS

Dosen Pembimbing

MERCU BUANA

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



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

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah  
Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis  
(Studi Kasus 2024)

Nama : Prita Apresianti

NIM : 55222110052


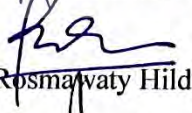
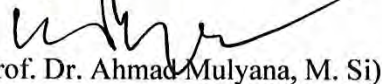
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industry and Business

Tanggal : 23 July 2024

Jakarta, (Tanggal Sidang)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :   
(Nama Lengkap & Gelar Dosen) (Dr. Heri Budianto, M. Si)
2. Penguji Ahli :   
(Nama Lengkap & Gelar Dosen) (Dr. Rosmarwaty Hilderiah P., M.T)
3. Pembimbing :   
(Nama Lengkap & Gelar Dosen) (Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)



## ABSTRAK

Dalam era digital, konvergensi media menjadi krusial bagi organisasi media agar dapat bertahan dan bersaing dengan media lainnya. Proses konvergensi sendiri yang sudah menjadi kewajiban bagi media konvensional tidak bisa hanya berlangsung sekali, tapi harus terus berkelanjutan, yang artinya media harus terus menjalankan proses adaptasi, seperti yang dilakukan oleh manajemen Cosmopolitan. Penelitian ini dilakukan sebagai cara agar paham apa dan bagaimana manajemen adaptasi berbasis konvergensi pada Majalah Cosmopolitan Indonesia dalam upaya mempertahankan bisnis pada tahun 2024.

Penelitian jenis kualitatif ini menggunakan metode studi kasus, dalam paradigma Konstruktivis. Untuk mendapatkan data primer digunakan teknik wawancara semi terstruktur dengan lima narasumber yang merupakan pemegang keputusan utama di Cosmopolitan Indonesia. Selain itu juga dengan cara observasi melalui media digital. Sebagai alat analisis, digunakan teori Konvergensi Media, CMC, Manajemen Perubahan, Analisis POACE, dan Analisis SWOT.

Hasilnya yaitu: Pertama, implementasi manajemen adaptasi berbasis konvergensi pada Majalah Cosmopolitan Indonesia dalam upaya mempertahankan bisnis pada tahun 2024 menggunakan: Satu, dari perspektif Konvergensi Media, diketahui adanya perkembangan teknologi digital yang mengubah komunikasi massa dari media cetak menjadi media digital dan media sosial, sehingga memungkinkan komunikasi dua arah. Dua, dari perspektif Computer Mediated Communication, terjadi pergeseran dari penggunaan media fisik ke perangkat digital dan platform online untuk mengakses informasi. Teori CMC membantu memahami teknologi digital dan media sosial memengaruhi cara audiens mengonsumsi, memproduksi berita, dan berkomunikasi. Tiga, dari perspektif media perubahan dan adaptasi, konvergensi media menuntut adaptasi menyeluruh, membuat Cosmopolitan berinovasi dengan konten relevan, mengintegrasikan kampanye di semua platform, berkolaborasi dengan KOL, dan mempertahankan media cetak. Tantangannya adalah mengubah pola pikir tim senior dan keterbatasan sumber daya. Manajemen rantai pasok memastikan kelancaran produksi konten untuk mencapai keberlanjutan bisnis. Empat, dari perspektif planning, organizing, actuating, controlling, dan evaluating, Cosmopolitan memiliki proses kolaboratif yang melibatkan tim manajemen, editorial, dan bisnis dalam menentukan tema, target, dan jumlah majalah cetak. Tim editorial fokus pada konten, tim bisnis pada model bisnis, dan keduanya berkolaborasi dengan tim kreatif. Lima, Cosmopolitan rutin melakukan analisis SWOT. Kekuatannya adalah brand awareness yang kuat, namun ada kelemahan dalam keterbatasan tim dan pengembangan website serta data. Peluang bisnis terbuka lebar seiring perkembangan dunia digital, tapi ancaman dari kompetitor yang berinovasi dalam konten, acara, dan kolaborasi dengan KOL. Kedua, hambatan manajemen adaptasi berbasis konvergensi pada majalah Cosmopolitan Indonesia dalam upaya mempertahankan bisnis pada tahun 2024 menggunakan : Satu dari perspektif Komunikasi Massa dan Media Era Digital, Perkembangan teknologi digital telah mengubah komunikasi massa dari media cetak menjadi media digital dan sosial. Cosmopolitan beradaptasi dengan perubahan dan berhasil menjangkau audiens muda. Keuntungannya adalah penyampaian berita real-time dan potensi bisnis yang lebih besar, namun diperlukan adaptasi agar terus relevan. Dua, dari perspektif Manajemen Konvergensi Pada Media Cetak Tahun 2020-an, Teknologi digital telah mengubah cara komunikasi massa dan Cosmopolitan beradaptasi dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menjangkau audiens muda. Keuntungannya adalah penyampaian berita real-time dan potensi bisnis yang lebih besar, namun adaptasi terus-menerus diperlukan untuk tetap kompetitif.

Kata Kunci : Konvergensi Media, Media Online, Penyiaran Media, Manajemen Adaptasi, Produksi Media, Cosmopolitan Indonesia

## **ABSTRACT**

*In the digital era, media convergence is crucial for media organizations to survive and compete with other media. The convergence process itself, which has become an obligation for conventional media, cannot just happen once but must be continuous, which means that media must continue to adapt, as done by Cosmopolitan management. This research was conducted to understand how Cosmopolitan Indonesia magazine carries out adaptation management based on convergence in an effort to maintain its business in 2024.*

*This qualitative research uses a case study method, within a constructivist paradigm. To obtain primary data, semi-structured interview techniques were used with five informants who are the main decision-makers at Cosmopolitan Indonesia. In addition, observation was also conducted through digital media. As an analysis tool, the theories of Media Convergence, CMC, Change Management, POACE Analysis, and SWOT Analysis were used.*

*The results are as follows: First, the implementation of convergence-based adaptation management at Cosmopolitan Indonesia magazine in an effort to maintain its business in 2024 uses: One, from the perspective of Media Convergence, it is known that there is a development of digital technology that changes mass communication from print media to digital media and social media, thus enabling two-way communication. Two, from the perspective of Computer Mediated Communication, there is a shift from the use of physical media to digital devices and online platforms to access information. CMC theory helps to understand how digital technology and social media influence the way audiences consume, produce news, and communicate. Three, from the perspective of media change and adaptation, media convergence demands comprehensive adaptation, making Cosmopolitan innovate with relevant content, integrating campaigns across all platforms, collaborating with KOL, and maintaining print media. The challenge is to change the mindset of senior teams and limited resources. Supply chain management ensures smooth content production to achieve business sustainability. Four, from the perspective of planning, organizing, actuating, controlling, and evaluating, Cosmopolitan has a collaborative process that involves the management, editorial, and business teams in determining themes, targets, and the number of print magazines. The editorial team focuses on content, the business team on the business model, and both collaborate with the creative team. Five, Cosmopolitan routinely conducts SWOT analysis. Its strength is its strong brand awareness, but there are weaknesses in the limitations of the team and website development as well as data. Business opportunities are wide open along with the development of the digital world, but there are threats from competitors who are innovating in content, events, and collaborations with KOL. Second, the obstacles to convergence-based adaptation management at Cosmopolitan Indonesia magazine in an effort to maintain its business in 2024 use One, from the perspective of Mass Communication and Media in the Digital Era. The development of digital technology has changed mass communication from print media to digital and social media. Cosmopolitan adapts to change and successfully reaches younger audience. The advantages are real-time news delivery and greater business potential, but adaptation is needed to remain relevant. Two, from the perspective of Convergence Management in Print Media in the 2020s, digital technology has changed the way mass communication is done and Cosmopolitan adapts by utilizing digital platforms and social media to reach a young audience. The advantages are real-time news delivery and greater business potential, but continuous adaptation is needed to remain competitive.*

*Keywords: Media Convergence, Online Media, Media Broadcasting, Adaptation Management, Media Production, Cosmopolitan Indonesia*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis dengan judul MANAJEMEN ADAPTASI BERBASIS KONVERGENSI PADA MAJALAH COSMOPOLITAN INDONESIA DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN BISNIS. Adapun tujuan peneliti menyusun tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari dalam penulisan tesis ini belum sempurna, masih memiliki kekurangan atau kesalahan yang tidak disengaja. Peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, memotivasi, dan terus mendoakan saya selama penelitian ini dilakukan. Terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang senantiasa memberikan dukungan dan bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos, M.T, selalu Dosen Penelaah, yang dengan sabar dan penuh perhatian memberikan dukungan perbaikan dalam penyelesaian penelitian.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis
5. Suami peneliti, Andri Raditya dan anak-anak, Resya Callaluna dan Dyandra Danikanayla yang selalu memberikan dukungan, doa, bantuan, dan semangat dalam proses penelitian dan penulisan tesis ini.

6. Teman-teman dari Angkatan 41 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang saling mendukung dan mengingatkan, khususnya Putri Jayanti, Pritta Cecilia, Vivi Melyan, Raska Mario, Pramulya Sadewa, dan Dede Suprihatin Kunaeni.
7. Tim Cosmopolitan Indonesia, khususnya Filisya Thunggawan, Dheniel Algamar, Elsa Pasaka, Iwet Ramadhan, dan Hendra Wahyu, yang telah berkenan dan memberikan waktu serta informasi selama menjadi subjek penelitian serta memberikan wawasan dan pengalaman yang sangat berharga.
8. Seluruh staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang memfasilitasi kebutuhan penulis selama berkuliah

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat berguna bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di media dalam berbagai platform.

Tangerang Selatan, 18 July 2024



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Prita Apresianti

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANGA TESIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACK</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
<b><i>BAB I PENDAHULUAN</i></b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
<b><i>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN</i></b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu</b> .....	<b>10</b>
Judul Penelitian: (Opportunities) Death of Newspaper Industry in Digital Age and Covid-19 Pandemic.....	24
<b>2.2 Landasan Teoritis</b> .....	<b>35</b>
2.2.1 Konvergensi Media.....	35
2.3.2 Teori Computer Mediated Communication (CMC).....	36
2.3.3 Manajemen Perubahan.....	37
2.3.4 Analisis POACE.....	38
2.3.5 Analisis SWOT.....	41
<b>2.4 Landasan Konsep</b> .....	<b>42</b>
2.4.1 Komunikasi Massa dan Media Era Digital.....	42
2.4.2 Manajemen Konvergensi Pada Media Cetak Tahun 2020-an.....	44
<b><i>BAB III METODE PENELITIAN</i></b> .....	<b>46</b>

<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2 Jenis Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>3.3 Metode Penelitian.....</b>	<b>49</b>
<b>3.4 Subyek Penelitian.....</b>	<b>49</b>
<b>3.5 Objek Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>52</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>53</b>
<b>3.8 Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>53</b>
<b><i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</i></b>	<b><i>55</i></b>
<b>4.1 Gambaran Objek Penelitian .....</b>	<b>55</b>
4.1.1 Profil Cosmopolitan Indonesia .....	55
4.1.2 Gambaran Umum Bisnis Cosmopolitan Indonesia.....	60
4.1.3 Gambaran Umum Editorial Cosmopolitan Indonesia.....	62
<b>4.2 Gambaran Umum Informan Penelitian.....</b>	<b>64</b>
1. Filisya Thunggawan, Editor in Chief Cosmopolitan Indonesia.....	64
2. Dheniel Algamar, Managing Editor Cosmopolitan Indonesia.....	64
3. Elsa Pasaka, Head of Sales MRA Media .....	65
4. Iwet Ramadan, Business Director MRA Media .....	65
5. Hendrawan Wahyudianto, Head of Creative Marketing MRA Media .....	66
<b>4.3 Hasil Penelitian.....</b>	<b>67</b>
4.3.1 Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 .....	67
4.3.2 Hambatan Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 ....	135
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>155</b>
4.4.1 Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 ....	155
4.4.2 Hambatan Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 ....	169
<b><i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</i></b>	<b><i>174</i></b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>174</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>177</b>
<b><i>DAFTAR PUSTAKA.....</i></b>	<b><i>178</i></b>
<b><i>LAMPIRAN.....</i></b>	<b><i>182</i></b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b>	Media Digital Semakin Mendominasi	<b>4</b>
<b>Gambar 1.2.</b>	Contoh Instagram Cosmopolitan Indonesia	<b>5</b>
<b>Gambar 1.3</b>	Contoh akun TikTok Cosmopolitan Indonesia	<b>5</b>
<b>Gambar 1.4</b>	Model Komunikasi Cosmopolitan Indonesia	<b>7</b>
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran	<b>41</b>
<b>Gambar 4.1</b>	Kantor Cosmopolitan Indonesia di Wisma MRA	<b>50</b>
<b>Gambar 4.2</b>	Logo Cosmopolitan Indonesia	<b>51</b>
<b>Gambar 4.3</b>	Struktur organisasi Bisnis MRA Media	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b>	Majalah Wanita di Indonesia yang Populer	<b>2</b>
<b>Tabel 1.2.</b>	Tabel Penelitian Terdahulu	<b>22</b>
<b>Tabel 4.1</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Konvergensi	<b>83</b>
<b>Tabel 4.2</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Computer Mediated Communication	<b>89</b>
<b>Tabel 4.3</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Media Cetak Era Konvergensi	<b>93</b>
<b>Tabel 4.4</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Planning, Organizing, Actuating, Controlling, Evaluating (POACE)	<b>119</b>
<b>Tabel 4.5</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)	<b>128</b>
<b>Tabel 4.6</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Pendukung Konsep Media Massa	<b>133</b>
<b>Tabel 4.7</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Konsep Media Era Digital	<b>147</b>
<b>Tabel 4.8</b>	Tabel Kompilasi Hasil Wawancara Faktor Konsep Media Cetak Pada Era Transformasi	<b>154</b>
<b>Tabel 4.9</b>	Tabel Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Teori Konvergensi Media	<b>158</b>
<b>Tabel 4.10</b>	Tabel Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Teori Mediated Communication (CMC)	<b>160</b>
<b>Tabel 4.11</b>	Tabel Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Teori Analisis Media Perubahan dan Adaptasi	<b>163</b>
<b>Tabel 4.12</b>	Tabel Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Teori Planning Organizing Actuating Controlling Evaluating (POACE)	<b>167</b>
<b>Tabel 4.13</b>	Tabel Implementasi Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Teori Strength Weakness Organizing Threat	<b>169</b>
<b>Tabel 4.14</b>	Hambatan Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Massa dan Media Era Digital	<b>171</b>
<b>Tabel 4.15</b>	Hambatan Manajemen Adaptasi Berbasis Konvergensi Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Bisnis Pada Tahun 2024 Dalam Perspektif Manajemen Konvergensi Pada Media Cetak Tahun 2020an	<b>173</b>