

ABSTRAK

Diki Gumilang. *Manajemen Strategik Redaksi Media Online Ayobandung.com dalam Menghadapi Persaingan Industri Media.*

Hadirnya teknologi digital dan internet merupakan salah satu determinan penting dalam memunculkan perangkat multimedia, contohnya seperti media cetak yang saat ini memiliki versi digital (*online*). Salah satu media cetak lokal yaitu Tribun Jogja yang telah memiliki versi digitalnya. Hal ini berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan arus informasi dan model komunikasi, baik dari segi produksi, distribusi maupun konsumsinya. Pola *one way communication* yang merupakan ciri media konvensional akhirnya terus bertransformasi menjadi *two way communication* dan pada gilirannya mengarah pada bentuk interaktivitas komunikasi (*interactivity communication*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan tentang Manajemen Strategik dalam persaingan media. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis dan diagnosis yang dilakukan ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media, untuk mengetahui pilihan-pilihan, untuk mengetahui pelaksanaan, dan untuk mengetahui evaluasi ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi sebuah teori yaitu manajemen strategis dari Glueck Wiliam F dan Jaunch Lawrence R. Asumsi teori ini kemudian dianalogikan dengan sebuah manajemen strategis yang implementasinya identik dengan aktivitas strategi bagaimana cara keluar dan memecahkan sebuah permasalahan. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dan teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategis redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media, dapat disampaikan dalam bentuk gambar dan tulisan, materi atau sumber yang didapatkan bersumber dari pemimpin redaksi beserta editor, dan hasilnya dalam menghadapi persaingan media saat ini haruslah terus inovatif, kreatif dan memikirkan kedepan. Sementara segmentasi pembaca ayobandung.com sendiri lebih kepada anak muda atau sekitaran umur 18-35.

Dalam skripsi yang berjudul manajemen strategis redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media dapat disimpulkan ada 4 bagian yaitu, analisis dan diagnosis, pilihan-pilihan, pelaksanaan dan evaluasi. Dari keempat hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan media yang harus dilakukan ayobandung.com pada jaman sekarang yaitu meningkatkan kreatifitas serta melakukan ivovasi-onovasi baru.

Kata Kunci

(Manajemen, Media Online, Persaingan Media)

ABSTRACT

Diki Gumilang. *Strategic Management of Online Media Editors Ayobandung.com in Facing Industries Media Competition.*

The presence of digital technology and the Internet is one of the important determinants in generating multimedia devices, such as print media that currently has a digital version (online). One of the local print media is Tribun Jogja which already has a digital version. This has a significant effect on changes in information flow and communication models, both in terms of production, distribution and consumption. One way communication pattern that is characteristic of conventional media finally continues to transform into two way communication and in turn leads to the form of interactivity communication (interactivity communication).

This research aims to know and describe about Strategic Management in media competition. In more detail the purpose of this study is to know the analysis and diagnosis made ayobandung.com in the face of media competition, to know the options, to know the implementation, and to know ayobandung.com evaluation in the face of media competition.

This research is based on the assumption of a theory that is strategic management from Glueck Wiliam F and Jaunch Lawrence R. The assumption of this theory is then analogous to a strategic management whose implementation is identical with the activity of strategy how to go out and solve a problem. While the research method used is descriptive method, and the technique of data collection through observation, interview and documentation.

The result of the research shows that strategic management of online media editor of ayobandung.com in facing media competition, can be submitted in the form of drawings and writings, materials or sources obtained from editors and editor, and the result in facing the current media competition must be innovative, creative and thinking ahead. While segmentation ayobandung.com own readers more to young people or around the age of 18-35.

In a thesis entitled management of online media editorial ayobandung.com in the face of media competition can be concluded there are 4 parts namely, analysis and diagnosis, options, implementation and evaluation. From these four results can be concluded that the competition of the media that must be done ayobandung.com in today is to increase creativity as well as doing new innovations.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Keywords

(Management, Online Media, Media Competition)