

## ABSTRAK

**Revy Lestari**, Strategi Media Cetak Dalam Menghadapi Konvergensi Media (Studi Deskriptif Rubrik Pandemi Covid-19 pada Harian Umum Pikiran Rakyat).

Pesatnya perkembangan arus teknologi dan komunikasi, kemudahan untuk memenuhi kebutuhan informasi di masyarakat menjadi semakin meningkat. Ditengah terpaan era globalisasi industri media, konvergensi menjadi satu-satunya cara untuk menjawab kebutuhan masyarakat di era revolusi industri 4.0 ini melalui berbagai media baru (*new media*). Dewasa ini, media baru dimaknai sebagai istilah yang memayungi penjelasan mengenai konsep teknologi digital dan internet, serta berdampak terhadap budaya di sekitarnya. Salah satu media cetak yakni surat kabar atau koran yang bukan merupakan produk hasil dari konvergensi media dan bukan merupakan salah satu yang dapat dikategorikan sebagai media baru (*new media*), perlahan-lahan mulai ditinggalkan masyarakat sebagai konsumen dari produk hasil perusahaan industri media termasuk koran cetak Harian Umum Pikiran Rakyat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dalam menghadapi konvergensi media dan didasari oleh Teori Organisasi yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins berdasarkan dimensi strateginya yang terdiri dari inovasi, diferensiasi pasar, jangkauan serta pengendalian biaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi.

Hasil penelitian memberikan pengetahuan mengenai strategi yang dilakukan oleh media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dalam menghadapi konvergensi media meliputi inovasi-inovasi yang dilakukan seperti monetisasi, efisiensi produksi, peningkatan dan pertahanan kualitas konten dan isi yang disajikan. Lalu diferensiasi pasar yang difokuskan pada mempertahankan loyalitas konsumen melalui produk yang unik menghasilkan rubrik pandemi Covid-19 atau ubah laku dari fenomena pandemi serta perubahan elemen lain yang disajikan seperti perwajahan dan jenis konten. Kemudian jangkauan yang meliputi ruang lingkup/target pasar yang menysasar kepada konsumen dengan status menengah ke atas dilihat dari pendidikan dan status ekonominya pasar cakupan distribusi yang menyempit. Terakhir pengendalian biaya yang mengatakan bahwa media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat mengalami penurunan pendapatan secara signifikan dan sehingga cenderung rugi atau defisit.

(Kata kunci: Strategi, Media Cetak, Harian Umum Pikiran Rakyat, Konvergensi Media)