

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) DESI NATALIA
(B) STRATEGI *MARKETING* MEDIA CETAK DI ERA DIGITAL (STUDI KASUS MAJALAH SINDO WEEKLY)
(C) xiv + 67 halaman; 2019, 2 tabel, 16 gambar, 16 lampiran
(D) JURNALISTIK

Abstrak:

Perkembangan media saat ini sangat pesat dan disertai juga persaingan yang semakin ketat. Salah satu majalah yang masih bisa bertahan saat ini adalah majalah Sindo Weekly. Sindo Weekly merupakan salah satu anak perusahaan dari MNC Group yang masih aktif dalam percetakan majalah dan dinaungi oleh PT Hikmat Makna Aksara sebagai penerbit. Sindo Weekly dapat bertahan dikarenakan menggunakan strategi konvergensi media yaitu memiliki edisi *online* dan edisi cetak. Selain, menggunakan konvergensi media, terdapat juga beberapa strategi *marketing* yang digunakan untuk bertahan di era digital. Strategi pemasaran yang digunakan Sindo Weekly yaitu menggunakan strategi *marketing mix* (produk, harga, promosi dan promosi). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi *marketing* majalah Sindo Weekly di era digital. Menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif untuk menghasilkan data dari narasumber terpercaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yaitu dengan metode wawancara, observasi dan studi literatur. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber dan observasi dengan mengunjungi PT Hikmat Makna Aksara serta menggunakan studi literatur untuk mendapatkan data seperti sejarah perusahaan, visi dan misi dan data pada umumnya. Peneliti juga menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Dengan tujuan agar dapat memudahkan peneliti untuk mengutip data yang penting. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang digunakan Sindo Weekly untuk bertahan di era digital yaitu konvergensi media, strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi.

Kata kunci: Persaingan Media Cetak, Majalah Sindo Weekly, Konvergensi Media, Strategi *Marketing Mix*

(E) Daftar Pustaka 28 (2007-2019)

(F) (Drs. Muhammad Gafar Yoedtadi, M.Si.)