



## Abstrak

Peneitian ini dilatarbelakangi oleh upaya media massa khususnya koran untuk dapat bertahan di era dan pasar yang dinamis. Teknologi tidak hanya membuat pekerjaan menjadi lebih mudah namun juga memunculkan tantangan baru. Karakter pembaca menjadi turut berkembang dan membuat koran harus menyesuaikan diri agar dapat terus memiliki pembaca. Jawa Pos merasakan bahwa produk media miliknya perlu ikut berkembang, salah satunya melalui rubrik anak muda milik mereka. Dianggap telah usang, Deteksi direformasi dan berubah menjadi Zetizen. Pada Zetizen inilah proses inovasi produk dilakukan.

Untuk menjabarkan inovasi produk yang dilakukan Jawa Pos terhadap Zetizen sebagai produk medianya, penelitian ini mendasari konsep inovasi produk menurut Hurley dan Hult (1998) adalah sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis dan dikembangkan oleh Eurostat (2005) dengan membagi inovasi menjadi empat tipe, yakni inovasi produk, proses, organisasional, dan inovasi pemasaran. Empat dasar ini yang digunakan untuk menjabarkan upaya Jawa Pos agar rubrik anak muda miliknya tetap menjadi yang terkuat khususnya di pasar pembaca anak muda di Indonesia.

**Kata kunci** : Inovasi, Inovasi Produk Media, Online, Rubrik Koran, Pembaca Muda



### ***Abstract***

*This research is motivated by the efforts of the mass media, especially newspapers to be able to survive in an era and a dynamic market. Technology not only makes work easier but also raises new challenges. The character of the reader becomes involved in developing and making the newspaper must adjust to be able to continue to have a reader. Jawa Pos feels that its media products need to develop, one of which is through their youth rubric. Considered obsolete, Deteksi was reformed and changed to Zetizen. It was at Zetizen that the product innovation process was carried out.*

*To describe the product innovation undertaken by Jawa Pos on Zetizen as its media product, this research underlies the concept of product innovation according to Hurley and Hult (1998) is a company mechanism to adapt in a dynamic environment developed by Eurostat (2005) by dividing innovation into four types, i.e. product, process, organizational and marketing innovation. These four bases are used to describe Jawa Pos's efforts so that the rubric of its youth remains the strongest, especially in the young reader market in Indonesia.*

***Keywords:*** *Innovation, Media Product Innovation, Online, Rubric, Young Readers*