UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Diversifikasi Manajemen Produksi Media (Studi Kasus Manajemen Produksi pada PT. Kompas Media Nusantara dalam Kompas.id dan Harian Kompas)
ANINDYA GHASSANI NUR SHABRINA KUSUMA UTAMA, Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRACT iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
DAFTAR ISI xii
DAFTAR GAMBAR xvi
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kerangka Pemikiran 7
1. Perkembangan Industri Media 7
1.1. Media Cetak 8
1.2. Media Baru 10
1.3. Perkembangan Industri media dalam era media baru 14
2. Diversifikasi Produk Media 17
3. Manajemen Produksi Media 21
3.1. Manajemen media secara umum 21
3.2. Manajemen media online 24
F. Kerangka Konsep 26
G. Metodologi Penelitian 28
1. Pendekatan dan Metode 28
2. Objek Penelitian 29
3. Teknik Pengumpulan Data 29

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Diversifikasi Manajemen Produksi Media (Studi Kasus Manajemen Produksi pada PT. Kompas Media Nusantara dalam Kompas.id dan Harian Kompas)
ANINDYA GHASSANI NUR SHABRINA KUSUMA UTAMA, Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.1.Wawancara 29
3.2.Observasi 30
3.3.Studi Dokumentasi 30
4. Teknik Pengolahan Data 30
5. Teknik Analisis Data 31
6. Teknik Penyajian Data 31
BAB II 32
DIVERSIFIKASI MEDIA SEBAGAI STRATEGI MENGHADAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN 32
A. Diversifikasi sebagai Bagian dari Manajemen Strategis 33
1. Perubahan Lingkungan Membawa Diversifikasi 33
2. Penerapan Diversifikasi dalam Industri Media 37
B. Penelitian Sebelumnya 41
BAB III 45
PROFIL PT.KOMPAS MEDIA NUSANTARA 45
A. Sejarah 45
B. Visi dan Misi 48
C. Nama dan Logo 48
D. Tampilan 50
1. Tampilan Harian Kompas 50
2. Tampilan Kompas.id (Versi Desktop) 51
3. Tampilan Kompas.id (Versi Applikasi) 52
E. Fitur Isi dan Konten 52
1. Rubrik Harian Kompas 53
2. Rubrik Kompas.id 53
F. Pencapaian 54
G. Struktur Organisasi 55
H. Alamat dan Kontak 58

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Diversifikasi Manajemen Produksi Media (Studi Kasus Manajemen Produksi pada PT. Kompas Media Nusantara dalam Kompas.id dan Harian Kompas)
ANINDYA GHASSANI NUR SHABRINA KUSUMA UTAMA, Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV 59
DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM MANAJEMEN HARIAN KOMPAS DAN KOMPAS.ID 59
A. Diversifikasi Produk Harian Kompas menjadi Kompas.id 60
1. Pertumbuhan (*Growth*) 64
2. Kekuatan Pasar (*Market Power*) 68
3. Efisiensi Pasar (*Market Efficiency*) 71
4. Peningkatan Performa Keuangan (*Financial-performance Improvement*) 73
5. Stabilitas Profit (Profit Stability) 74
6. Efek Sinergi (*Synergi Effects*) 76
B. Manajemen Harian Kompas dan Kompas.id 80
1. Perencanaan (*Planning*) 80
1.1. Identifikasi Pengguna 84
1.2. Karakter Media 86
1.3. Layout Media 87
1.3.1. Layout Harian Kompas 88
1.3.2. Layout Kompas.id 92
2. Pengorganisasian (*Organizing*) 97
2.1. Manajemen Sumber Daya 98
2.1.1. Rekrutmen Staff 99
2.1.2. Jabatan dalam Ruang Redaksi 101
2.1.3. Transformasi ruang redaksi Harian Kompas setelah kehadiran Kompas.id 105
2.2. Infrastruktur Teknologi dan Fitur 109
2.3. Pendanaan 113
3. Pengarahan (To Lead) 114
3.1. Manajemen Konten dalam Redaksi 114
3.2. Pengembangan Konten Kompas.id 116

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Diversifikasi Manajemen Produksi Media (Studi Kasus Manajemen Produksi pada PT. Kompas Media Nusantara dalam Kompas.id dan Harian Kompas)
ANINDYA GHASSANI NUR SHABRINA KUSUMA UTAMA, Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.3.Media Sosial di dalam ruang redaksi 128
4. Pengawasan (Evaluating) 130
4.1.Pemantauan Proses Kerja Manajemen 131
4.2.Apresiasi dan Sanksi 134
C. Analisis 135
BAB V 139
PENUTUP 139
A. Kesimpulan 139
B. Saran 141
DAFTAR PUSTAKA 143
LAMPIRAN 149