

Strategi rebranding media online dalam konvergensi media di era digital : studi pada Kompas.com = Rebranding strategies of online media in media convergence at digital era : study on Kompas.com

Meissara Jovie Rosiana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20454925&lokasi=lokal>

Abstrak

Konvergensi media menjadi salah satu strategi media bertahan dalam persaingan industri yang cukup kuat di era digital seperti saat ini. Kompas yang telah hadir lebih dari setengah abad sebagai media yang dipercaya masyarakat sebagai salah satu sumber berita yang kredibel pun ikut beradaptasi dengan mempraktikkan konvergensi media, sehingga lahir entitas baru salah satunya online. Sebagai entitas baru, Kompas.com melakukan rebranding untuk mempertegas positioning-nya.

Tesis ini menguraikan bagaimana strategi dalam proses rebranding Kompas.com. Penelitian ini dilakukan agar media baru yang semakin kompetitif dapat mempelajari strategi untuk penguatan branding dari salah satu media terbesar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan adalah Umbrella Branding Strategy yang menggunakan merek tunggal sebagai payung yakni, Kompas. Kemudian hasil dari strategi rebranding ini berimplikasi pada model bisnis Kompas.com untuk pertumbuhan pasar yang positif.

.....

Media convergence became one of the media strategies to survive in digital era as it is today. Kompas has been present for more than half a century as a printed media which has trusted by the public as one of the credible news sources also participate in adapting to practice media convergence, so that the birth of new entities one of them online. As a new entity, Kompas.com rebranding to reinforce its positioning.

This thesis describes how the strategy in the process of rebranding Kompas.com. This research is conducted in order for an increasingly competitive new media to learn strategies for strengthening branding from one of the largest media in Indonesia. This research uses qualitative approach.

The results of this study shows that the strategy used is Umbrella Branding Strategy that uses a single brand as an umbrella namely, Kompas. Then the results of this rebranding strategy have implications on the market growth.