

ABSTRAK

Nur Setyo Cahyani, Strategi Media Sin po Tv Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Maraknya Media Massa Berbasis Online (Studi Kualitatif Pada Media Online Sin Po Tv Program Berita Nasional).

Perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat pergeseran media massa. Dimana dalam menyebarluaskan informasinya media massa menggunakan *platform* online seperti web, blog atau media sosial. Hal ini memberikan kemudahan bagi audiens untuk mendapatkan informasi. Namun menjadi tantangan bagi media massa agar dapat bersaing, sehingga tetap eksis dalam menyuguhkan informasi. Strategi sangat dibutuhkan oleh media massa untuk membuat perencanaan yang ideal agar dapat bertahan di tengah maraknya media massa berbasis online.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh media Sin Po Tv agar dapat bersaing dan tetap eksis di tengah maraknya media massa berbasis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang mengungkap fenomena dalam bentuk kata-kata, kalimat atau gambaran secara lengkap dan rinci. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: *Pertama*, media SinPo Tv melakukan tahapan pra produksi yang meliputi pembuatan perencanaan dengan melakukan koordinasi pengarahannya sebelum dilakukannya peliputan agar mencegah minimnya kesalahan dan kesulitan saat proses peliputan, selain itu menentukan idegagasan untuk menentukan isu pemberitaan yang akan disuguhkan, dan melakukan persiapan peliputan. *Kedua*, Tahapan produksi dimana proses peliputan dilakukan oleh reporter memperhatikan beberapa hal seperti pembuatan list pertanyaan, naskah, proses pengambilan gambar, dan *editing*. Hal ini tentunya sesuai dengan ketentuan media Sin po Tv sendiri. *Ketiga*, tahapan pasca produksi, media Sin po Tv melakukan evaluasi kerja team membahas bagaimana pencapaian yang sudah dihasilkan. Sedangkan evaluasi media sosial membahas seberapa banyak pencapaian *like*, *comment*, dan *viewers*. Selanjutnya melakukan promosi yang dilakukan dengan cara promosi organis.

Kata Kunci: Strategi, Manajemen media, Televisi.