# **ABSTRAK**

**STRATEGI KONVERGENSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA CETAK DI ERA DIGITALISASI**

**(STUDI KASUS SURAT KABAR HARIAN RADAR BANYUMAS)**

Fitri Lestari

5171711025

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya penurunan media cetak di era media *online* yang semakin bertumbuh pesat. Banyak menimbulkan pertanyaan tentang keberadaan koran cetak di era media *online.* Disisi lain media *online* memang jauh lebih cepat dalam meyampaikan berita ataupun informasi kepada khalayak. Sehingga di era seperti sekarang ini masyarakat banayak yang beralih kepada yang lebih cepat. Oleh sebab itu, salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang diterapkan salah satu perusahaan media cetak ditengah era digitalisasi seperti sekarang ini. Apakah sudah punah karena terus tergerus media online atau masih tetap eksis. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi wawancara dan dokumentasi. Dengan pengolahan dan analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi data, sehingga dalam penelitian ini mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut, Radar Banyumas mengungkapkan bahwa konvergensi media merupakan satu langkah yang tepat untuk membantu agar koran atau media cetak tetap eksis. Selain itu, di era seperti sekarang ini tidak cukup hanya mengandalkan wartawan hebat. Dibutuhkan juga orang-orang dengan keahlian baru dalam hal ini orang-orang yang berlatar belakang digital. Maka dari itu Radar Banyumas memilih sdm yang mampu menerapkan konsep digital kedalam konten-konten Radar Banyumas.

**Kata Kunci:** *Strategi Public Relations,* Konvergensi Media, Eksistensi, Media Cetak, Analisis PII

# ***ABSTRACT***

***MEDIA PUBLIC RELATIONS CONVERGENCE STRATEGY***

***IN MAINTAINING THE EXISTENCE OF PRINT MEDIA IN THE DIGITALIZATION ERA***

***(CASE STUDY OF BANYUMAS RADAR DAILY NEWSPAPER)***

*Fitri Lestari*

*5171711025*

*This research is motivated by the rapid decline in print media in the era of online media which is growing rapidly. Many raise questions about the existence of print newspapers in the era of online media. On the other hand, online media is indeed much faster in conveying news or information to the public. So that in an era like today, many people are switching to faster ones. Therefore, one of the objectives of this research is to find out the strategy implemented by one of the print media companies in the midst of the digitalization era as it is today. Is it extinct because it continues to be eroded by online media or does it still exist. The research approach that the author uses is qualitative research with data collection techniques, observation, interviews and documentation. By processing and analyzing data using data reduction techniques, data presentation and data verification, so that in this study get the desired research results. The results of this study are as follows, Radar Banyumas reveals that media convergence is the right step to help newspapers or print media exist. Besides, in this era, it's not enough to just rely on great reporters. It also takes people with new skills in this case people with digital backgrounds. Therefore, Radar Banyumas chooses HR who are able to apply digital concepts to Radar Banyumas content.*

***Keywords:*** *Public Relations Strategy, Media Convegence, Existence, Print Media, PII Analysis*