

**Kode / Nama Rumpun Ilmu : 622 / Ilmu Komunikasi**

**LAPORAN AKHIR**

**PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**TRANSFORMASI DIGITAL MAJALAH HAI  
DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI BRAND**

**Oleh:**

**EMMARACHMAWATI A  
MELISA ARISANTY**

**0405038801  
0320058902**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA  
JANUARI 2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENELITIAN DOSEN PEMULA**

**Judul Penelitian** : Transformasi Digital Majalah Hai dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Brand

**Kode/ Nama Rumpun Ilmu** : 622/ Ilmu Komunikasi

a. Nama Lengkap : Emma R. Aliudin

b. NIDN : 0322047104

c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar

d. Program Studi : Ilmu Komunikasi

e. Nomor HP : 08119473398

f. Alamat surel (e-mail) : [emma.aliudin@upj.ac.id](mailto:emma.aliudin@upj.ac.id)

**Anggota Peneliti**

a. Nama Lengkap : Melisa Arisanty

b. NIDN : 0320058902

c. Perguruan Tinggi : Universitas Pembangunan Jaya

d. Program Studi : Ilmu Komunikasi

e. Nomor HP : 082181821244

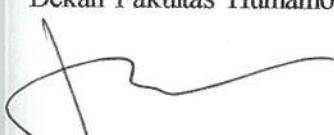
f. Alamat surel (e-mail) : [melisa.arisanty@upj.ac.id](mailto:melisa.arisanty@upj.ac.id)


**Biaya Penelitian** : 2.000.000

Tangerang Selatan, 29 Juni 2018

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis

Ketua Peneliti

  
(Dr. Dion Dewa Barata, SE. MSM)  
NIK : 08.0916.030

  
(Emma R Aliudin, S.Sos, M.I.K.)  
NIK. 08.0517.015

Menyetujui,  
Ketua LP2M

  
Agustinus Agus Setiawan  
NIK : 08.0112.034

## RINGKASAN

Industri media cetak di Indonesia semakin memasuki fase kepunahan. Dihentikannya majalah remaja Hai, salah satu majalah remaja populer di Indonesia, semakin memperkuat asumsi bahwa industri media cetak di Indonesia kian tergeser oleh kelompok media massa yang berbasis digital. Sejak Juni 2017, media yang sudah beroperasi dari tahun 1977 tersebut secara resmi berpindah total ke platform digital. Majalah Hai merupakan majalah bersegmentasi remaja yang diterbitkan oleh Kompas Gramedia. Majalah ini memiliki peran penting dalam sejarah media cetak di Tanah Air dan terbukti berpengaruh besar dalam menginspirasi kaum muda Indonesia.

Transformasi atau perpindahan dari platform cetak ke platform digital tidak dilakukan secara drastis namun melalui konsep multiplatform yang menggabungkan beberapa platform media (konvergensi). Upaya ini dilakukan untuk memberikan pilihan konten dan medium yang beragam dalam rangka menjawab tantangan perubahan pola konsumsi media dan trend penggunaan media di kalangan remaja saat ini. Dengan adanya gambaran fenomena tersebut perlu dilakukan penelitian kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus untuk menganalisis secara mendalam latar belakang proses transformasi digital suatu media cetak dalam upaya mempertahankan eksistensi brandnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini akan berkontribusi sebagai landasan pengambilan kebijakan dalam mengembangkan industri media dan menunjukkan trend transformasi digital pada industri media saat ini.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Media Cetak, Eksistensi Brand