

**STRATEGI KONVERGENSI MEDIA PADA REDAKSI  
HARIAN SERAMBI INDONESIA DI ERA DIGITAL**



**TESIS**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata II  
Departemen Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Oleh:**

**Afrah Luthfiana Manroza  
NIM: 14040124410039  
Konsentrasi Media, Budaya, Masyarakat**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afrah Luthfiana Manroza  
NIM : 14040124410039  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan/ Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang saya susun dengan judul:

### **Strategi Konvergensi Media Pada Redaksi Harian Serambi Indonesia di Era Digital**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tesis atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kemasterannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 September 2026

Pembuat Pernyataan,



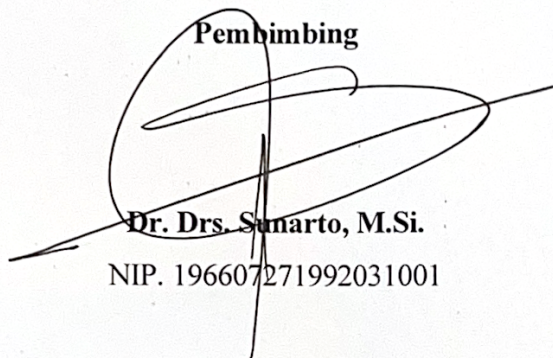
Afrah Luthfiana Manroza

NIM: 14040124410039

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

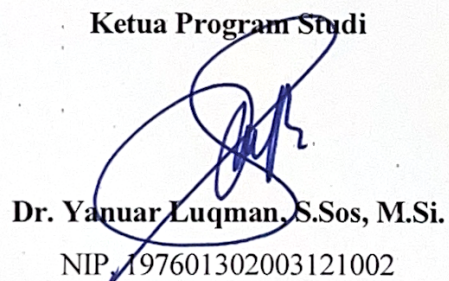
Nama Penyusun : Afrah Luthfiana Manroza  
NIM : 14040124410039  
Program Studi : Media, Budaya, dan Masyarakat  
Judul Tesis : Strategi Konvergensi Media Pada Redaksi Harian Serambi  
Indonesia di Era Digital

Pembimbing



Dr. Drs. Sumarto, M.Si.  
NIP. 196607271992031001

Ketua Program Studi



Dr. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si.  
NIP. 197601302003121002

## LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama Penyusun : Afrah Luthfiana Manroza  
NIM : 14040124410039  
Program Studi : Media, Budaya, dan Masyarakat  
Judul Tesis : Strategi Konvergensi Media Pada Redaksi Harian Serambi  
Indonesia di Era Digital

Telah dipertahankan dalam sidang ujian tesis Program Magister Ilmu Komunikasi  
Universitas Diponegoro, pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 21 September 2026  
Waktu : 09.30 – 10.30 WIB  
Tesis Dinyatakan : Lulus

## PANITIA PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Nurul Hasfi, S.Sos., M.A.

(  )

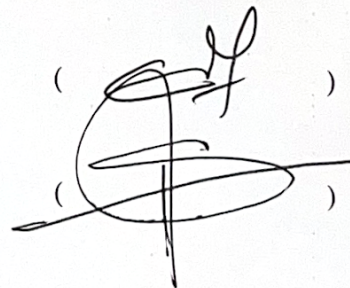
Penguji 2 : Dr. Hapsari Dwiningtyas Sulistyani, S.Sos.,  
M.A., M.Si.

(  )

Penguji 3 : Phil. Nuriyatul Lailiyah, S. Sos., M.I.Kom.

(  )

Pembimbing/  
Penguji 4 : Dr. Drs. Sunarto, M.Si.

(  )

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini yang berjudul “Strategi Konvergensi Media pada Redaksi Harian Serambi Indonesia di Era Digital”. Tulisan ini disampaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan atas selesainya penelitian ini kepada semua pihak yang turut berkontribusi dalam penelitian ini, terutama untuk orang tua, dan adik kandung penulis yang selalu mendukung setiap langkah penulis. Dengan penuh rasa syukur, tulisan ini penulis pesembahkan kepada:

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Diponegoro.
2. Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro.
3. Dr. Drs. Sunarto., M.Si selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan waktu, tenaga, serta kesabaran yang luar biasa dalam mengarahkan peneliti dalam setiap tahap penulisan. Terima kasih untuk setiap ilmu, masukan, dan bantuan yang diberikan selama proses penulisan tesis berlangsung hingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan baik.
4. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang luas dalam bidang kajian ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi Media, Budaya, dan Masyarakat. Teruntuk Staf Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang telah membantu administrasi selama proses perkuliahan hingga selesai.
5. Ayah tersayang, Mansur. Terima kasih telah menghadirkan peran Ayah yang penuh dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, dukungan, dan kerja keras yang tidak dapat selalu penulis lihat dan balas satu per satu. Terima kasih karena selalu menjadi sosok yang memberikan kekuatan dalam setiap proses pendidikan dan penulisan tesis, bahkan selama masa penulis merasa tidak lagi mampu untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Banyak hal yang mungkin tidak pernah terucapkan, tetapi penulis tahu bahwa setiap langkah yang berhasil dilewati tidak terlepas dari doa dan perjuangan Ayah. Tesis ini menjadi salah satu bentuk kecil dari

usaha penulis untuk memberikan kebanggaan atas segala yang telah Ayah berikan dan usahakan.

6. Umi tersayang, Rahmi. Terima kasih telah menjadi Umi yang luar biasa dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang selalu menjadi tempat untuk pulang, serta kesabaran dan ketulusan yang diberikan selama penulis menyelesaikan pendidikan dan penulisan tesis. Terima kasih karena selalu percaya bahwa penulis mampu melewati setiap proses dalam penulisan tesis, bahkan ketika penulis sendiri sempat meragukan kemampuan diri. Setiap doa dan dukungan yang Umi berikan menjadi kekuatan yang menemani penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Tesis ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk terima kasih atas cinta dan pengorbanan yang tidak ternilai.
7. Adik tersayang, Arkan. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penulis hingga saat ini. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan kehadiran yang mungkin terlihat sederhana, namun memiliki arti yang luar biasa bagi penulis ketika penulis sedang berada difase-fase sulit dalam penulisan tesis. Semoga pencapaian penulis hari ini, dapat menjadi pengingat bahwa kita dapat saling membanggakan dengan cara kita masing-masing.
8. Seluruh informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu penulis selama proses penelitian. Terima kasih atas kesediaan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis dalam berbagi informasi, pandangan, serta pengalaman yang berkaitan dalam penelitian ini. Setiap informasi yang disampaikan menjadi bagian yang sangat berarti dalam membantu penulis memahami fenomena yang diteliti sekaligus menjadi sumber penting dalam penyusunan tesis ini. Penulis menyadari bahwa tanpa kesediaan dan bantuan keenam informan, proses penelitian ini tidak akan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Semoga segala kebaikan dan waktu yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan segala balasan terbaik.
9. Sahabat-sahabat tersayang, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penulisan tesis. Terima kasih untuk setiap waktu yang diberikan, setiap keluh kesah yang selalu didengar, dukungan, semangat, serta kehadiran ditengah proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih karena telah menjadi tempat aman untuk berbagi cerita, keluh kesah, dan berbagai hal kecil yang pada akhirnya membuat perjalanan ini terasa lebih ringan. Terima kasih telah tetap hadir hingga penulis menyelesaikan penulisan tesis.

10. Teman-teman Magister Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Media, Budaya, dan Masyarakat. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis selama menempuh pendidikan magister. Terima kasih atas kebersamaan, diskusi, bantuan, serta semangat yang telah dibagikan selama proses perkuliahan. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan dalam melewati berbagai proses bertumbuh dan berkembang selama menempuh pendidikan di tingkat magister.
11. Afrah Luthfiana Manroza. Ya, diri saya sendiri. Terima kasih karena telah berani memulai sesuatu yang baru, sesuatu yang bahkan tidak pernah menjadi rencana sebelumnya. Terima kasih karena telah memberanikan diri mengambil langkah sedikit jauh dari rumah untuk masa depan yang lebih baik, meskipun tidak benar-benar tahu akan sejauh apa langkah ini membawa diri. Terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan, bahkan ketika perjalanan ini terasa jauh lebih berat dari yang pernah dibayangkan. Terima kasih karena tetap melangkah di tengah rasa lelah, keraguan, air mata, serta segala hal yang sempat membuat ingin berhenti. Tidak semua orang tahu seberapa sulit dan panjang perjalanan yang telah dilalui untuk bisa sampai di titik ini. Tidak semua orang tahu berapa banyak rasa takut yang disimpan sendiri, berapa banyak air mata yang jatuh setiap hari, berapa banyak malam dan pagi yang terasa berat untuk dilewati, dan berapa kali diri ini harus kembali meyakinkan diri bahwa semuanya akan baik-baik saja. Tesis ini menjadi bukti bahwa tidak hanya sebuah karya tulis yang akhirnya selesai, namun tentang bukti bahwa penulis mampu melewati sesuatu yang dahulu mungkin terasa sangat sulit untuk diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan dan kekurangan. Namun demikian, segala kritik dan saran sangat diharapkan demi pengembangan literatur selanjutnya. Karya ini diharapkan dapat bermanfaat dan memperkaya kajian konvergensi media.

Semarang, 21 September 2026

Afrah Luthfiana Manroza

NIM. 14040124410039

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mengubah ekosistem industri media dan mendorong industri media cetak untuk menyesuaikan pola kerja *newsroom* hingga pola konsumsi informasi audiens. Harian Serambi Indonesia sebagai media lokal yang hadir pertama kali dengan surat kabar cetak melakukan transformasi menuju ekosistem media digital dengan tetap mempertahankan edisi cetak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konvergensi media pada redaksi Harian Serambi Indonesia di era digital. Penelitian menggunakan teori konvergensi media oleh Henry Jenkins dan konsep strategi oleh Schendel dan Hofer. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap informan dari pihak redaksi dan konsumen, kemudian di analisis menggunakan teknik analisis data oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi konvergensi media berlangsung pada strategi redaksi, melalui perubahan koordinasi yang lebih fleksibel, *hybrid journalist*, perluasan fungsi wartawan dan editor, serta penggunaan berita online sebagai bahan pengembangan berita cetak. Pada strategi produksi konten, satu peristiwa tidak lagi berhenti sebagai satu berita, tetapi dikembangkan menjadi berbagai produk dan format multiplatform, salah satu keunikan adalah *breaking news* online dikembangkan menjadi *follow-up* pada edisi cetak. Pada strategi bisnis, konvergensi mendorong kerja sama *event*, *bundling* iklan cetak dan digital, keterlibatan wartawan daerah dalam memperoleh iklan, serta monetisasi *e-paper* dan YouTube, meskipun pendapatan cetak masih lebih dominan. Pada sisi konsumsi, audiens memilih platform secara situasional, mempertahankan konsumsi Serambi ketika medium berubah, dan dapat berpartisipasi dalam sirkulasi berita melalui aktivitas membagikan konten.

**Kata Kunci:** Konvergensi Media, Strategi Konvergensi Media, Newsroom, Harian Serambi Indonesia.

## ABSTRACT

The development of digital technology has changed the media industry ecosystem and encouraged print media to adjust newsroom work patterns to audience information consumption patterns. Harian Serambi Indonesia as a local media that was present for the first time with a print newspaper transformed into a digital media ecosystem while maintaining the print edition. This research aims to analyze the media convergence strategy in the editorial office of the Serambi Indonesia Daily in the digital era. The research uses media convergence theory by Henry Jenkins and strategy concepts by Schendel and Hofer. The research uses a qualitative approach with a case study design. Data was obtained through in-depth interviews and observations of informants from editors and consumers, then analyzed using data analysis techniques by Miles and Huberman. The results of the study show that the implementation of the media convergence strategy takes place in the editorial strategy, through changes in more flexible coordination, hybrid journalism, expansion of the functions of journalists and editors, and the use of online news as material for the development of print news. In content production strategies, one event no longer stops as one news, but is developed into various products and multiplatform formats, one of the uniqueness is that online breaking news is developed into a follow-up to the print edition. In business strategy, convergence encourages event cooperation, bundling of print and digital advertising, involvement of regional journalists in obtaining advertisements, and monetization of e-paper and YouTube, although print revenue is still more dominant. On the consumption side, audiences choose platforms situationally, maintain the consumption of the Porch when the medium changes, and can participate in the circulation of news through content sharing activities.

**Keywords: Media Convergence, Media Convergence Strategy, Newsroom, Serambi Indonesia Daily.**

## DAFTAR ISI

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| ABSTRAK.....                                      | i  |
| ABSTRACT.....                                     | ii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                            | 1  |
| 1.1    Latar Belakang.....                        | 1  |
| 1.2    Keaslian Penelitian.....                   | 10 |
| 1.3    Rumusan Masalah.....                       | 11 |
| 1.4    Tujuan Penelitian .....                    | 12 |
| 1.5    Signifikansi Penelitian.....               | 12 |
| 1.5.1.    Signifikansi Teoritis.....              | 12 |
| 1.5.2.    Signfikansi Praktis .....               | 12 |
| 1.5.3.    Signifikansi Sosial .....               | 12 |
| 1.6    Tinjauan Pustaka.....                      | 13 |
| 1.7    Kerangka Pemikiran.....                    | 21 |
| 1.7.1.    Paradigma Penelitian .....              | 21 |
| 1.7.2.    Tradisi Komunikasi.....                 | 23 |
| 1.7.3.    Level Komunikasi.....                   | 25 |
| 1.7.4.    Teori Penelitian .....                  | 27 |
| 1.7.5.    Strategi .....                          | 30 |
| 1.7.6.    Redaksi.....                            | 33 |
| 1.7.7.    Era Digital.....                        | 34 |
| 1.8    Asumsi Penelitian .....                    | 35 |
| 1.9    Operasionalisasi Konsep.....               | 36 |
| 1.10    Metode Penelitian .....                   | 38 |
| 1.10.1.    Tipe Penelitian .....                  | 38 |
| 1.10.2.    Ruang Lingkup/ Fokus.....              | 39 |
| 1.10.3.    Fenomena Penelitian.....               | 39 |
| 1.10.4.    Jenis dan Sumber Data.....             | 40 |
| 1.10.5.    Pemilihan Informan .....               | 42 |
| 1.10.6.    Instrumen Penelitian .....             | 42 |
| 1.10.7.    Teknik Pengumpulan Data.....           | 43 |
| 1.10.8.    Teknik Analisis Data.....              | 43 |
| 1.10.9.    Kualitas Data (Goodness Criteria)..... | 45 |
| BAB II GAMBARAN UMUM SETTING PENELITIAN .....     | 47 |
| 2.1.    Profil Harian Serambi Indonesia.....      | 47 |
| 2.1.1    Sejarah Harian Serambi Indonesia.....    | 48 |
| 2.1.2    Evolusi Harian Serambi Indonesia.....    | 49 |

|                                                                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| BAB III IMPLEMENTASI STRATEGI KONVERGENSI MEDIA PADA REDAKSI<br>HARIAN SERAMBI INDONESIA .....                                                 | 55  |
| 3.1.    Profil Informan.....                                                                                                                   | 55  |
| 3.2.    Produksi Berita Berbasis Konvergensi Media di Serambi Indonesia .....                                                                  | 57  |
| 3.2.1    Strategi Redaksi .....                                                                                                                | 57  |
| 3.2.2    Strategi Produksi Konten .....                                                                                                        | 76  |
| 3.2.3    Strategi Bisnis Media.....                                                                                                            | 86  |
| 3.3.    Konsumsi Informasi pada Ekosistem Konvergensi Media Serambi Indonesia .....                                                            | 92  |
| 3.3.1    Preferensi Platform .....                                                                                                             | 92  |
| 3.3.2    Kebutuhan Informasi Audiens .....                                                                                                     | 98  |
| 3.3.3    Keterlibatan Audiens .....                                                                                                            | 100 |
| BAB IV IMPLEMENTASI STRATEGI KONVERGENSI MEDIA PADA REDAKSI<br>HARIAN SERAMBI INDONESIA DALAM TRANSFORMASI PRODUKSI DAN<br>KONSUMSI MEDIA..... | 103 |
| 4.1    Implikasi Teoretis .....                                                                                                                | 106 |
| 4.2    Implikasi Praktis .....                                                                                                                 | 128 |
| 4.3    Implikasi Sosial.....                                                                                                                   | 132 |
| BAB V PENUTUP .....                                                                                                                            | 135 |
| 5.1    Simpulan .....                                                                                                                          | 135 |
| 5.2    Saran .....                                                                                                                             | 137 |
| 5.3    Keterbatasan Penelitian.....                                                                                                            | 138 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                           | 140 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                                  | 144 |