DAFTAR ISI

COVER DALAM ..... **i**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**

PANITIA PENGUJI TESIS ..... **v**

HALAMAN PERNYATAAN ..... **vi**

SURAT KETERANGAN TES KESAMAAN ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viiI**

ABSTRAK ..... **x**

RINGKASAN PENELITIAN ..... **xii**

DAFTAR ISI ..... **xxii**

DAFTAR BAGAN ..... **xxv**

DAFTAR TABEL ..... **xxvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xxvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 12

1.3 Tujuan Penelitian 13

1.4 Manfaat Penelitian 13

1.5 Batasan Penelitian 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **17**

2.1 Penelitian Terdahulu 17

2.2 Tinjauan Teori 23

2.2.1 Konvergensi Media 23
2.2.2 Konglomerasi Media Massa 26
2.2.3 Determinisme Teknologi 30
2.2.4 Manajemen Media Massa 35
2.2.5 Disrupsi 38
BAB III METODE PENELITIAN 49
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian 49
3.2 Metode Penelitian 51
3.3 Lokasi Penelitian 54
3.4 Sumber Data 55
3.5 Teknik Pengumpulan Data 56
3.6 Teknik Pemilihan Informan 57
3.7 Teknik Analisis Data 58
3.8 Teknik Keabsahan Data 59
BAB IV GAMBARAN UMUM 60
4.1 Sejarah Radio Suara Surabaya 60
4.2 Perangkat Infrastruktur Komunikasi SS Media 63
BAB V PEMBAHASAN 83
5.1 Temuan Data dan Analisis 84
5.1.1 Pemahaman (*Understanding*) 91
5.1.2 Perencanaan (*Planning*) 108
5.1.3 Implementasi 119
5.1.3.1 Pengelolaan SDM 119

5.1.3.2 Pengelolaan Konvergensi Media 132

5.1.3.3 Pengelolaan Konten 139

5.2 Intepretasi Data 152

BAB VI PENUTUP 161

6.1 Kesimpulan 161

6.2 Saran 167

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

III.1 Tahapan Penelitian Kualitatif 51

III.2 Proses Analisis Data Kualitatif 58

V.1 Bagan Pola Komunikasi Massa *Many to Many*. 113

V.2 Struktur Manajerial 123

V.3 Siklus manajemen SS Media 146

DAFTAR TABEL

I.1 Perbandingan Tarif Iklan dan Target Pendengar Empat Radio dengan Jumlah Listenership Tertinggi di Surabaya 7

I.2 Perbandingan Pencapaian SS Media dengan Empat Radio dengan Tingkat Listenership Tertinggi dalam Memaksimalkan New Media..... 9

II.1 Perbandingan rencana penelitian dengan penelitian sebelumnya. 22

II.2 Pengertian Konvergensi Menurut Ahli 25

II.3. 20 Gelombang Disruption 1980-2015 40

II.4 Perbedaan Akibat Kecanggihan Teknologi di Era Disrupsi 43

III.1 Penentuan Informan 57

IV.1 Jadwal Siaran SS Media 64

V.1 Strategi dalam Menghadapi Tantangan Disrupsi 134

V.2 Pengelolaan Operasional Infrastruktur Komunikasi Digital SS Media..... 137

DAFTAR GAMBAR

II.1 Tahapan yang Dilalui Konsumen pada Era Hyperconnected Sumber: Kasali (2019) 42

IV.1 Halaman Home pada web suarasurabaya.net 65

IV.2 Halaman Home pada web suarasurabaya.net. 67

IV.3 Halaman Home pada web suarasurabaya.net Sumber : SS Media (2020) 68

IV.4 Halaman Home pada web suarasurabaya.net 69

IV.5 Halaman Home pada web suarasurabaya.net 70

IV.6 Halaman Home pada web suarasurabaya.net 71

IV.7 Halaman News pada web suarasurabaya.net 71

IV.8 Halaman Kelana Kota pada web suarasurabaya.net 72

IV.9 Halaman Video pada web suarasurabaya.net 73

IV.10 Aplikasi Suara Surabaya Mobile 76

IV.11 Aplikasi SS Mobile 77

IV.12 Aplikasi Suara Surabaya Mobile 78

IV.13 Aplikasi SS Mobile 78

IV.14 Aplikasi SS Mobile 79

IV.15. Facebook e100 80

IV.16. Akun Instagram SS Media 81

IV.17. Akun Twitter SS Media 82

V.1 Ketangkasan Berawal dari Paham 85

V.2 Ketangkasan Berawal dari Paham..... 89

V.3. Alasan Radio Berkonvergensi 92
V.4. Perubahan Radio. 100
V.5 Flow Chart Operasional Konvergensi Aset Digital Suara Surabaya 109
V.6 Pembagian Tujuan Pencapaian Infrastruktur Komunikasi 111
V. 7 Pengelolaan Data pada SS Media 117
V.8 Fungsi dan Peran Infrastruktur Komunikasi SS Media 136
V.9 Flow Chart Operasional Konvergensi Aset Digital Suara Surabaya 139
V.10 *Jazz Traffic Festival* 2019 141
V.11 Video penangkapan pencuri Mobil 142
V.12 Penjelasan Errol Jonathans Mengenai Siklus Manajemen SS Media 145
V.13 Tarif iklan SS Media tahun 2020 147
V.14 Iklan Yamaha pada Facebook e100 149