

ABSTRAK

Nama : Nesya Karuniawati

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul :

Strategi Komunikasi Vice Indonesia Sebagai Media Alternatif Pemberitaan

(xii + 135 halaman: 11 gambar; 10 tabel; 3 lampiran)

Berkembangnya industri telekomunikasi dan pemanfaatan internet berdampak tumbuhnya media siber dan meredupnya media cetak. Selain format, kelembagaan dan model bisnis media juga banyak bergeser. Banyak media baru bermunculan dengan berbagai bentuk yang berbeda yang tidak menjadikan klik sebagai tolok ukur utama keterbacaan konten. Media alternatif tersebut dipercaya menyeimbangkan ekosistem. Salah satu media alternatif di Indonesia adalah Vice Indonesia. Vice Indonesia menawarkan ragam baru di tengah lanskap media di Indonesia yang mengutamakan kecepatan. Untuk itu, diperlukan penelitian untuk mengetahui apakah Vice Indonesia berhasil sebagai media alternatif.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan data primer berupa wawancara, serta data sekunder berupa studi kepustakaan dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Managing Editor Vice Indonesia Ardyan M. Erlangga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Vice Indonesia telah berhasil sebagai media alternatif. Hal tersebut dikarenakan strategi komunikasi Vice Indonesia berbeda dengan apa yang telah media arus utama lakukan selama ini.

Kata kunci: Media baru, media alternatif, Vice Indonesia

Referensi: 46

ABSTRACT

Name : Nesya Karuniawati

Study Program : Communication Sciences

Title :

Communication Strategy of Vice Indonesia as an Alternative Media for News Reporting

(x + 135 pages: 11 pictures; 10 tables; 3 attachments)

The development of telecommunication industry and the use of internet allow cyber media to grow bigger while putting print media out of commission in the process. Not only about the format, there are also shifts in media's organizational aspect as well as its business model. Countless new media have emerged, each with their own distinct forms to offer and these media do not see number of clicks as their primary benchmark to readership. These alternative media are believed to balance out media ecosystem. One of those alternative media in Indonesia is Vice Indonesia. It offers new variety among Indonesia's speed-driven media landscape. Therefore, a research is required to figure out whether Vice Indonesia succeeds as an alternative media.

The research was conducted under the framework of qualitative approach. Data is collected from interview that acts as primary data, while literature review and document study act as secondary data. The interview is conducted to Ardyan M. Erlangga as Vice Indonesia's managing editor.

Result shows that Vice Indonesia succeeds as an alternative media. It is because Vice Indonesia's communication strategy is different from what mainstream media used to do.

Key words: New media, alternative media, Vice Indonesia

Reference: 46