

ABSTRAK

AMELIA IRMA RAHAYU. 10820070

STRATEGI DISTRIBUSI KONTEN DAN ANALITIK PENGGUNA PADA PILPRES 2024: STUDI INTERAKSI LINTAS PLATFORM DI KOMPAS GROUP BERDASARKAN PERSPEKTIF PAKAR DAN GENERASI Z

Kata kunci: Strategi distribusi, Distribusi Konten, Pilpres 2024, Interaksi Lintas Platform, Generasi Z.

(xi + 127 + lampiran)

Internet Merupakan alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang dengan sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ini adalah faktor yang mendorong pergeseran teknologi komunikasi dari konvensional ke modern dan digital. Setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah "smartphone", penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat. Dengan munculnya smartphone, fitur komunikasi yang ditawarkan semakin beragam, mulai dari chatting, email, sms, mms, browsing, dan layanan sosial media. Kompas.com merupakan salah satu pionir media online di Indonesia ketika pertama kali hadir di internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi distribusi konten dan analitik pengguna pada pilpres 2024 yang diterapkan oleh Kompas Group, dengan berfokus pada interaksi lintas platform. Studi ini menggabungkan perspektif dari Pakar Kompas serta perspektif dari Generasi Z, sebagai pengguna digital yang aktif. Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications (Blumler & Katz, 1974) Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD) sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi konten yang efektif, didukung oleh analitik pengguna yang canggih, mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan informasi terkait Pilpres 2024. Selain itu, pemanfaatan lintas platform oleh Kompas Group memungkinkan penyebaran konten yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan perilaku pengguna, khususnya di kalangan Generasi Z.

(Daftar Pustaka 1960-2024)