

## ABSTRAK

Saat ini media cetak mengalami sebuah fenomena kemerosotan penjualan yang mengakibatkan banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini menutup perusahaannya. Hal tersebut terjadi dikarenakan teknologi digital yang masuk perlahan menggantikan posisi media cetak yang dahulu merupakan sebuah wadah utama dalam pencarian berita. Tabloid Wanita Indonesia dan Femina Group merupakan sebagian dari perusahaan media cetak yang hingga saat ini masih bertahan. Kedua perusahaan tersebut saat ini sedang dalam proses mengadaptasi teknologi digital di perusahaannya masing-masing. Tabloid Wanita Indonesia dan Femina Group saat ini masih memproduksi media cetak mereka secara rutin. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses penerimaan teknologi dalam perusahaan media cetak yang masih bertahan saat ini, memahami faktor pendorong perusahaan dalam melakukan digitalisasi, memahami faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan jangka waktu dalam proses penerimaan teknologi digital di Femina Group dan Tabloid Wanita Indonesia, mengetahui kondisi dan situasi yang sedang dihadapi oleh kedua perusahaan, mengetahui alasan masih bisa bertahannya kedua perusahaan tersebut di era Digital saat ini dan mengetahui strategi perusahaan yang diterapkan kedua perusahaan dalam proses bertahan di Era Digital saat ini.

Penelitian kualitatif ini menggunakan Technology Acceptance Model. Terdapat empat variabel utama dalam teori tersebut yang mendasari penggunaan teknologi. Variabel tersebut adalah Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude dan akan membentuk sebuah Behavioral Intention yang akan berujung pada penggunaan teknologi sesungguhnya. Untuk menjawab bagaimana perusahaan dapat bertahan saat ini dengan fenomena yang terjadi, peneliti juga menggunakan Teori manajemen perubahan dalam perspektif pemasaran.

Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan faktor apa sajakah yang mendorong kedua perusahaan untuk menerapkan teknologi digital di kedua perusahaan tersebut, perbedaan faktor pendorong kedua perusahaan dalam menerapkan teknologi, alasan yang mempengaruhi tingkat penerimaan teknologi di kedua perusahaan dan strategi yang digunakan kedua perusahaan untuk bertahan di era digital dimana kedua perusahaan masih memproduksi produk cetak mereka.

Kata kunci: *Kualitatif, teori Technology Acceptance Model, Media Cetak, Media Digital, Digitalisasi, Teori Manajemen Perubahan.*