BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era millenial saat ini kebutuhan informasi di masyarakat sangat penting dan bersifat vital, perkembangan teknologi yang pesat membuat perubahan di dunia komunikasi massa pada aspek produk digital. Perubahan ketat yang signifikan drastis pada internet, maka perlahan media cetak mulai tergantikan *"displacement"* kemudian timbul media baru (media online). *New media* sangat memudahkan masyarakat terutama generasi muda untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi tanpa dibatasi waktu dan jarak. Dengan perkembangan teknologi komunikasi, dunia dianologikan sebagai "desa global" atau "kampung global" sehingga informasi lebih terbuka dan dapat diakses semua orang. Dari penjuru dunia terdapat hak setiap warga negara untuk mendapatkan informasi akurat dan terpercaya, itu juga merupakan salah-satu ciri dari negara demokrasi. Persaingan ketat dengan media cetak dilihat dari beberapa media koran cetak nasional dan daerah yang ada di Indonesia telah gencar mengalami *destruction* serta kebangkrutan dan terpaksa gulung tikar, ditambah lagi dengan *booming* nya *trend* daring saat ini kian membuat media cetak dalam memproduksi koran semakin tercantum musnah. Diantaranya ialah: Sinar Harapan, disusul oleh Harian Bola pada 2017, Jakarta Globe berhenti terbit pada Desember 2015, Koran Tempo, Grup *Lippo* berhenti cetak 1 Februari 2021. Hal ini menuntut setiap pelaku media agar mampu beradaptasi melakukan pembaharuan, inovasi besar-besaran secara fundamental serta kreatifitas dari berbagai segi sistem, guna mempertahankan keeksistensiannya agar tidak kalah saing pada dunia *divedigitalid* era disrupsi.[1]

Media online dianggap bersifat *real* hingga akhirnya meninggalkan media lama seperti media cetak, untuk itu agar mampu berkompetisi menjadi sumber

[1] Anton Wahyu Prihartono, "Surat Kabar Dan Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Solopos)," *Studi Ilmu Komunikasi Universit As Ahmad Dahlan Yogyakarta* Vol. 4 (April 2016).

informasi terupdate, maka Media Cetak Kabar Banten kini melakukan berbagai ide dan cara berkonvergensi, yang dimana terdapat penggabungan dari beberapa jenis media dengan wajah baru pun hadir dalam bentuk digital, namun tetap fokus mempertahankan *newspaper* (koran/surat kabar) sebagai produk lamanya. Pada dasarnya sistem media tetap sama, hanya saja antar idividu yang menjadikan topik pembedanya.

Harian Umum Kabar Banten ialah salah-satu anak penerbitan Grup Pikiran Rakyat Bandung, diterbitkan di Provinsi Banten. Sejak pertama kali terbit pada 30 Oktober 2000 dengan nama Fajar Banten hingga 24 Maret 2010 berganti nama Harian Umum Kabar Banten, koran regional ini telah berusia 21 tahun sejak terbentuk, telah banyak menyajikan pemberitaan serta berkontribusi untuk pembangunan di Banten. Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) mendirikan ekosistem media digital yang dipersembahkan untuk kemandirian generasi millenial indonesia. Mentiapkan dan menyediakan tekhnologi, infrastruktur sarana-prasarana, pelatihan mentoring terkhusus pada asper *content creator*, hingga *business plan* agar melahirkan pengusaha di bidang *mediapreneur*.[2]

Banyak sudah dinamika, kejadian atau peristiwa yang terpotret, terpublikasi dan terdokumentasi dalam berbagai produk jurnalistik yang diterbitkan oleh Kabar Banten. Kemunculan Kabar Banten membawa kontribusi, menjadi sumber dan bahan literasi atau literatur karya-karya ilmiah. Bukan hanya untuk referensi pembuatan program kebijakan pemerintah daerah, tetapi juga objek, referensi bagi mahasiswa yang membuat skripsi, tesis maupun disertasi. Termasuk juga menjadi tempat bagi para siswa/mahasiswa yang sedang mengikuti praktek kerja lapangan. Kontribusi literasi ini tentu bernilai dalam membangun unsur-unsur peradaban. Sebagai media massa, Kabar Banten konsisten membuat sarana ruang dialektika pemikiran antara berbagai lapisan masyarakat.

Keberadaannya merupakan ungkapan kebahagiaan atas diresmikannya Provinsi Banten yang berpenduduk kurang lebih 9 juta jiwa atau sekitar 2.250.000 KK dan 80% diantaranya termasuk ke dalam kelompok keluarga sejahtera, dengan

---

[2] Website resmi: *member part of* PRMN. PT Kolaborasi Mediapreneur Nusantara. Bandung – 2021.

usia produktif 6.048.279 jiwa. Dengan data di atas Harian Umum Kabar Banten sangat prospek untuk berkembang di Provinsi Banten. Dengan motto *Koran Urang Banten keur Sarerea*, selanjutnya Harian Umum Kabar Banten disingkat dengan sebutan HU Kabar Banten yang tetap memegang komitmen mengedepankan prinsip idealisme pers yang selaras terhadap upaya-upaya ke arah komersil. Dalam perkembangannya, sampai saat ini cakupan dan wilayah pemasaran HU Kabar Banten sudah menjangkau hampir ke seluruh pelosok provinsi ini yang meliputi antara lain: Serang, Lebak, Pandeglang, Tangerang, Cilegon termasuk sebagian wilayah Lampung. HU Kabar Banten selain bisa dibeli dan dibaca oleh semua lapisan masyarakat, juga dijadikan media utama informasi terkini di daerah Banten. Karena orientasi HU Kabar Banten adalah *regional newspaper*, selain itu tiap daerah di Banten di berikan porsi khusus dalam hal pemberitaan, sehingga masyarakat tersebut memiliki keterikatan untuk terus mengikuti perkembangan situasi di Provinsi Banten. Industri media cetak sudah mengalami trubulensi jumlah penerbitan dengan tiras riil sebesar 25.000 eksemplar setiap hari terbit dan berdasarkan survey BPS Provinsi Banten tahun 2001, telah menempatkan HU Kabar Banten menjadi *market leader* di Provinsi Banten, sehingga HU Kabar Banten dijadikan media yang tepat untuk mempromosikan berbagai jenis jasa dan produk untuk kebutuhan masyarakat Provinsi Banten. Saat ini hanya 2.000 Eksemplar perharinya, berbanding dengan jumlah kependudukan sebanyak 692. 101 juta jiwa. Maka dari itu sangat mengandalkan hasil produk baru pada media digital yang tersedia di berbagai platform Kabar Banten.[3]

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang diatas, maka dapat diambil permasalahan dalam penelitian ini yaitu: "Bagaimana Strategi Media Cetak HU Kabar Banten Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Persaingan Media Baru?"

C. Tujuan Penelitian

[3] *Company Profile* Kantor Kabar Banten, Serang. 07 Desember

Untuk mengetahui rancangan media cetak Kabar Banten, agar tetap dapat mempertahankan eksistensi perusahaan, dalam menganalisis strategi serta mengantisipasi perkembangan kompetitor media online.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan masukan keilmuan dalam kajian komunikasi dan penyiaran islam terkait pemahaman lebih baik pada media cetak khususnya Kabar Banten dalam mengeksistensikan segala macam produknya di lingkup bidang media massa, juga memberikan referensi wawasan sosial.

2. Praktis

Keberfungsian karya ilmiah hasil penelitian ini dapat dipergunakan di kalangan masyarakat sebagai salah satu bahan keilmuan dalam memecahkan berbagai macam rumusan masalah, atau berguna sebagai referensi pada suatu objek kajian dan berbagai jenis program. Semoga dengan tersuguhkannya penulisan skripsi ini, mampu bermanfaat bagi penulis guna memenuhi syarat kelulusan sebagai Sarjana.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sesuai dengan kajian pembahasan dalam penelitian ini, yaitu tentang ‘Strategi Media Cetak Kabar Banten Dalam Mempertahankan Eksistensi Ditengah Persaingan Media Online Di Serang’ maka penting untuk melihat maupun melacak penelitian atau tulisan yang mirip dengan tema yang peneliti angkat. Adapun bahan penunjang lain yang yang nanti akan dijadikan tambahan sebagai pembeda antara tema yang diangkat oleh sang peneliti. Berdasarkan penelusuran hasil tinjauan pustaka dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, ditemukan hasil penelitian terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

Pertama, Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Digital Di Kota Palopo dengan studi kasus koran cetak Seru!Ya. Merupakan skripsi karya Thahira

dari Program Studi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo (2018). Strategi pemasaran untuk mempertahankan koran cetak di media cetak Seru!ya.[4]

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Vidya Ayunita Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponogoro (2013). Dengan judul Strategi Manajemen Suara Merdeka Untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Dalam Menghadapi Media Kompetitor Di Jawa Tengah, yang berlokasi studi kasus pada PT. Suara Merdeka Press. Bersumber dari Litbang Suara Merdeka,[5]

Point of view relevansi dan korelasi kesinambungan dengan penelitian yang dilakukan penulis ialah ancaman pengaruh antar media massa, yakni media cetak dan media digital.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini agar lebih tertata secara runtut pada pemikiran. Maka peneliti wajib sajikan lima bab dengan perincian yang mengemukakan garis-garis besar isi yang terdiri dari, sebagai berikut:

Bab *pertama,* Membahas tentang pendahuluan, yaitu gambaran keseleuruhan penelitian yang akan dilakukan serta pokok permasalahan yang meliputi: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Pemecahan Masalah, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan. Berisi seputar penjelasan yang erat kaitannya dengan bab-bab sistematika penelitian selanjutnya. Sebab di lakukannya penelitian skripsi ini uraian penjabaran hal yang menjadi pokok pembahasan, meliputi: latar belakang masalah, mengenai kejadian yang akan diteliti, rumusan masalah berupa pertanyaan yang menjadi fokus penelitian atau isu yang dibahas dalam penelitian, definisi oprasional yakni variabel penelitian dan ruang lingkup penelitian perihal keluasan cakupan penelitian yang dibatasi pembahasan lokasi penelitian, membatasi banyaknya variable yang akan dikaji, dan membatasi subjek penelitian, tujuan penelitian ialah mendapatkan

---

[4] Asmar, Redaksi, "*Wawancara*" tanggal 19 November 2018 di Kota Palopo

[5] Dennis Herrick F. (2003). *Media Management in the age of Giants* : Lowa State Press.

suatu rumusan hasil dari suatu penelitian melalui proses mencari, menemukan, mengembangkan serta menguji analogi ilmu pengetahuan, selain itu digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan, manfaat penelitian mencari letak keuntungan juga potensial yang diperoleh pihak tertentu selepas penulisan karya ilmiah telah rampung dan selesai dalam pengerjaannya. Garis-garis besar skripsi meliputi penjelasan sub bab skripsi.

Bab *kedua*, kajian pustaka dan landasan teoritik. Pada bab ini akan menjelaskan teori-teori yang digunakan untuk mengkaji konsep pemikiran 'Strategi Branding, Eksistensi Pemberitaan Media Cetak & Persaingan Produk Digital Baru'. Dimana memuat teori yang mendukung terhadap penelitian diatas.

Bab *ketiga*, prosedur penelitian membicarakan perihal pendekatan terdiri dari lokasi penelitian, metode penelitian, tekhnik pengumpulan data serta analisa data seputar lingkup aktualisasi 'Strategi Media Cetak Kabar Banten Dalam Mempertahankan Eksistensi Ditengah Persaingan Media Online Di Serang'. berdasarkan data yang telah didapatkan sesuai dengan metode-metode yang telah ditentukan.

Bab *keempat* hasil penelitian dan pembahasan penelitian dalam 'Strategi Media Cetak Kabar Banten Dalam Mempertahankan Eksistensi Ditengah Persaingan Media Online Di Serang'.

Bab *kelima* merupakan bagian langkah penutup dari kesimpulan akhir dan saran.