

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten sepenuhnya asli karya tulis ilmiah saya secara pribadi.

Jika ada pendapat orang lain tertulis dalam skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan etika keilmuan di bidang penulisan karya ilmiah itu sendiri.

Apabila, sewaktu-waktu terbukti jika sebagian ataupun seluruh isi skripsi merupakan hasil *plagiarism* atau menjiplak karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 25 Oktober 2022

**Anifah Fitalia Mukharomah**  
NIM: 181510108

## ABSTRAK

Nama: Anifah Fitalia Mukharomah, NIM: 181510108, Judul Skripsi: “Strategi Pemasaran Media Cetak dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital” (Studi Analisis: Kabar Banten), Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2022 M/ 1444 H.

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, bahkan bukan hal baru jika teknologi saat ini menemukan sesuatu yang baru. Kemajuan teknologi telah menghadirkan internet, dan telah melahirkan konvergensi. Konvergensi adalah menggabungkan antara media konvensional dengan media online. Hingga kini media-media yang ada di Indonesia telah mengupgrade dirinya ke media online. Agar tetap bisa eksis di dunia yang sudah beralih ke era digital, dan juga untuk menghadapi persaingan di era digital. Termasuk dengan media cetak kabar Banten, yang beberapa tahun yang lalu sudah mengupgrade dirinya untuk berkontribusi pada konvergensi, hingga kini media cetak kabar Banten sudah mempunyai koran digitalnya. Hal ini dilakukan agar media cetak kabar Banten terus berkembang di derasnya arus persaingan era digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital? 2) Bagaimana cara mempertahankan eksistensi pada media cetak Kabar Banten di era digital? 3) Apakah Faktor penghambat dalam proses pemasaran surat Kabar Banten di era digital?

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dijelaskan pula tentang beberapa tujuan masalah yaitu, sebagai berikut: 1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran surat Kabar Banten di era digital. 2) Untuk mengetahui cara mempertahankan eksistensi pada media cetak Kabar Banten di era digital. 3) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam proses pemasaran surat Kabar Banten di era digital.

Peneliti memilih metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif ini mencakup cuplikan data yang memberikan gambaran umum tentang penyajian laporan. Pengambilan sampel sumber data dilakukan pada media cetak Kabar Banten dan pengambilan sampel pada pimpinan redaksi dan manajemen pemasaran. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: observasi, wawancara, dan dokumentasi dan analisis data penelitian dilakukan pada Rabu, tanggal 27 Juli 2022.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan: 1) Strategi pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital, diantaranya: (a) Bergabung dengan Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), (b) Menggunakan strategi Analisis SWOT, (c) Berkolaborasi dengan media digital, (d) Menganalisa situasi dan membuat rancangan program-program baru. 2) Pertahanan eksistensi pada media cetak Kabar Banten di era digital adalah dengan membagi segmentasinya sesuai dengan target usia dari usia 16-35 untuk target pemasaran *online* dan 35-60 untuk pemasaran *offline*, dan juga dengan cara pemasarannya yang lebih mendahulukan media cetak baru media digitalnya. Dan Kabar Banten masih tetap mempertahankan media cetaknya karena dengan adanya media cetak yang sifatnya aktual masyarakat bisa tetap percaya dengan keakuratannya. 3) Faktor penghambat dan peluang dalam proses pemasaran surat Kabar Banten di era digital. Ada beberapa faktor, diantaranya: kurangnya Sumber Daya manusia (SDM); semakin mahalnya biaya prosedur percetakan seperti kertas dan lainnya; peminat baca masyarakat terhadap berita-berita akurat; dan kurangnya karyawan Kabar Banten untuk pengambilan staff admin media sosial. Kabar Banten menggunakan penarifan atau pemasangan iklan untuk *brand* yang ingin memasang iklan sebagai peluang dalam menangani kurangnya sumber daya manusia.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Konvergensi, Era Digital, Media Baru

## ABSTRACT

Name: Anifah Fitalia Mukharomah, NIM: 181510108, Thesis Title: "Print Media Marketing Strategy in Facing Competition in the Digital Age" (Analytical Study: Kabar Banten), Department: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah, Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University Banten in 2022 AD/ 1444 H.

The development of technology today is very rapid, it is not even a new thing if today's technology finds something new. Technological advances have brought the internet, and have given birth to convergence. Convergence is a combination of conventional media with online media. Until now, the media in Indonesia have upgraded themselves to online media. In order to continue to exist in a world that has shifted to the digital era, and also to face competition in the digital era. This includes the newspaper newspaper Banten, which several years ago had upgraded itself to contribute to convergence, until now the newspaper newspaper Banten has its digital newspaper. This is done so that the print media of Banten News continues to develop in the swift current of competition in the digital era.

Based on the background above, the formulation of the problem in this study are: 1) What is the marketing strategy of the Kabar Banten print media in the digital era? 2) How to maintain the existence of Kabar Banten print media in the digital era? 3) What are the inhibiting factors in the marketing process for Banten newspapers in the digital era?

Based on the background presented and the formulation of the problem that has been described, it can also be explained about some of the objectives of the problem, namely, as follows: 1) This study aims to find out how the marketing strategy of Banten Newspapers in the digital era. 2) To find out how to maintain the existence of Kabar Banten print media in the digital era. 3) To find out the inhibiting factors in the marketing process of Banten Newspapers in the digital era.

The researcher chose a qualitative descriptive research method. This type of qualitative descriptive research includes data snippets that provide an overview of the presentation of the report. Sampling of data sources was carried out on Kabar Banten print media and sampling on the editor-in-chief and marketing management. The data collection techniques used were: observation, interviews, and documentation and research data analysis was carried out on Wednesday, July 27, 2022.

Based on the research conducted, it can be concluded: 1) The marketing strategy of the Banten News print media in the digital era, including: (a) Joining the Mind of the People Media Network (PRMN), (b) Using the SWOT Analysis strategy, (c) Collaborating with digital media, (d) Analyzing the situation and designing new programs. 2) The defense of existence in Kabar Banten print media in the digital era is to divide its segmentation according to the age target from the age of 16-35 for online marketing targets and 35-60 for offline marketing, and also by means of marketing that prioritizes new print media digital media . And Kabar Banten still maintains its print media because with the existence of print media that are actual in nature, people can still believe in its accuracy. 3) Inhibiting factors and opportunities in the marketing process of Banten newspapers in the digital era. There are several factors, including: lack of human resources (HR); the more expensive the cost of printing procedures such as paper and others; public reading enthusiasts for accurate news; and the lack of Kabar Banten employees to recruit social media admin staff. Kabar Banten uses billing or advertising for brands that want to advertise as an opportunity to deal with the lack of human resources.

**Keywords: Marketing Strategy, Convergence, Digital Age, New Media**



**FAKULTAS DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**  
**SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Nomor : Nota Dinas

Kepada Yth.

Lamp : -

**Dekan Fakultas Dakwah**

Hal : **Ujian Skripsi**

**UIN SMH Banten**

**a.n Anifah Fitalia Mukharomah**

Di-

**NIM : 181510108**

Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisa serta mengadakan koreksi seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi saudara **ANIFAH FITALIA MUKHAROMAH, NIM : 181510108** yang berjudul: **Strategi Pemasaran Media Cetak dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital (Studi Analisis: Kabar Banten)**, telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri "Sultan Maulana Hasanuddin" Banten.

Demikian, atas segala perhatian Bapak dan Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 25 Oktober 2022

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Hj. Umdatul Hasanah, S.Ag., M.Ag.**

**Dr. Kholid, M.S.I.**

NIP: 19700529 199603 2 001

NIP: 19650216 199903 1 001

**PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN MEDIA CETAK DALAM  
MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA DIGITAL**  
(Studi Analisis: Kabar Banten)

Oleh:

**Anifah Fitalia Mukharomah**  
**NIM: 181510108**

Menyetujui:

**Pembimbing I**



**Dr. Hj. Umdatul Hasanah, S.Ag.,M.Ag.**

NIP: 19700529 199603 2 001

**Pembimbing II**



**Dr. Kholid, M.S.I.**

NIP: 19650216 199903 1 001

Mengetahui:

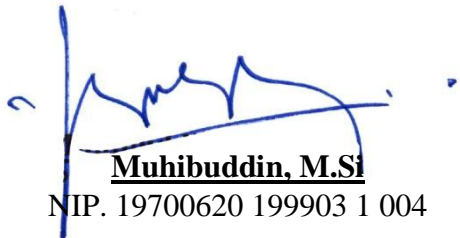
**Dekan  
Fakultas Dakwah**



**Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag.,M.A**

NIP. 19720626 199803 1 002

**Ketua Jurusan  
Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**Muhibuddin, M.Si**

NIP. 19700620 199903 1 004

## PENGESAHAN

Skripsi a.n **Anifah Fitalia Mukharomah**, Nim : **181510108** yang berjudul **“Strategi Pemasaran Media Cetak dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital” (Studi Analisis: Kabar Banten)**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 07 Oktober 2022. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (SI) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 25 Oktober 2022

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota



**Dr. Masykur Wahid, M.Hum.**

NIP. 19760617 200501 1 003

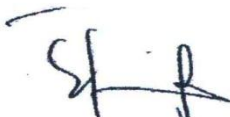


**Gian Nova Sudrajat Nur, M.Hum.**

NIP. 19911106 201903 1 011

Anggota

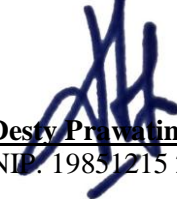
Penguji I



**Dr. Ilah Holifah, S.Ag., M.Si.**

NIP. 19710106 199803 2 003

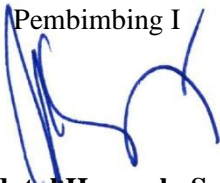
Penguji II



**Desty Pratiwiningsih, M.Si.**

NIP. 19851215 201903 2 009

Pembimbing I



**Dr. Hj. Umdatul Hasanah, S.Ag., M.Ag.**

NIP: 19700529 199603 2 001

Pembimbing II



**Dr. Kholid, M.S.I.**

NIP. 19700529 199603 2 001

MOTTO

خير الاصحاب من يدرك على الخير  
والاتحاد اساس النجاح

**“SAHABAT TERBAIK YANG MENYADARI KEBAIKAN DAN  
PERSATUAN ADALAH DASAR KESUKSESAN”**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, tidak lupa Shalawat beserta salam penulis panjatkan kepada suri tauladan kita yakni Nabi Besar Muhammad saw serta syafa'atnya di akhirat kelak.

- ❖ Dengan penuh haru dan rasa hormat, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang amat mendalam kepada pendukung terbesar penulis, do'a yang tak pernah henti, motivasi yang mendalam, yaitu kepada kedua orangtua penulis Ibu Muawanah dan Bapak Abdul Aziz yang telah menemani perjuangan penulis dari awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi, tanpa dukungan mereka, penulis bukanlah siapa-siapa. Do'a dan Ridho yang tulus dari mereka lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak penulis dapat membalas kebaikan mereka suatu saat nanti.
- ❖ Teruntuk adik-adik penulis Musfiroh, Aidah, Asyifa dan seluruh keluarg tercinta penulis, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sangat mendalam karena telah mendukung dan memberi motivasi agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- ❖ Penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kekasih penulis Saram pratama, yang setia mendengarkan keluh kesah dan meberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi, selalu mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dengan cepat, memotivasi, dan membantu keberlangsungan skripsi penulis.
- ❖ Teruntuk sahabat penulis, penulis sampaikan salam hangat penuh haru, ucapan terima kasih saja sepertinya tidak cukup jika digambarkan tentang perjuangan awal kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini, terima kasih telah selalu memberi semangat, semoga Allah selalu memudahkan segala urusan teman-teman. Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal.



## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Anifah Fitalia Mukharomah  
Tempat, tanggal lahir : Tangerang, 19 Maret 2000  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Alamat : Provinsi Banten, Kabupaten Tangerang, Kec, Gunung  
Kaler, Desa Kandawati, Kp. Belod Rt 008/002  
Alamat Email : [hanifahfitalia54@gmail.com](mailto:hanifahfitalia54@gmail.com)

### **Pendidikan Formal :**

1. Sekolah Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al-Khairiyah II Kandawati di kandawati pada tahun 2005
2. Sekolah Madrasah Tsanawiyah (MTs) Darul Hikmah Syekh Ciliwulung di Cakung pada tahun 2011
3. Sekolah Madrasah Aliyah (MA) Attoyyibiyah pada tahun 2014
4. Sekolah Madrasah Aliyah (MA) Amaliyah Carenang pada tahun 2015
5. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten di kota Serang pada tahun 2018.

### **Pengalaman Organisasi:**

1. Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) MA Attoyyibiyah di tahun 2014-2015
  2. Pramuka MTs Darul Hikmah Syekh Ciliwulung di tahun 2011-2014
  3. Pramuka SMA Attoyyibiyah di tahun 2014-2015
  4. Organisasi Eksternal Himpunan Mahasiswa Serang (HAMAS) UIN SMH Banten, sebagai anggota pada tahun 2018.
  5. Organisasi Internal Unit Kegiatan Mahasiswa Unit Pengembangan Tilawatil Qur'an (UKM UPTQ) UIN SMH Banten, sebagai anggota pada tahun 2019.
- Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan serta dipergunakan sebagaimana mestinya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Media Cetak dalam Menghadapi Persaingan Informasi di Era Digital” (Studi Analisis: Kabar Banten)**”. Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Penyusunan skripsi ini penulis mengakui bahwa masih banyak kelemahan karena pengalaman yang dimiliki sangat kurang serta terdapat beberapa kendala namun karena banyaknya pihak yang membantu dalam keberlangsungan penyusunan skripsi, ini bukanlah menjadi penghalang bagi penulis untuk melaksanakan penelitian skripsi hingga mendapatkan hasil akhir. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengembangkan UIN untuk lebih maju.
2. Bapak Dr. H. Endad Mursaddad, S.Ag.,M.A., Dekan Fakultas Dakwah yang telah memudahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dr. Hj Umdatul Hasanah, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Dakwah, yang telah mendorong studi dan skripsi penulis.
4. Bapak Muhibuddin S.Sos,M.Si sebagai ketua jurusan dan Ibu Fahma Islami M.Si., sebagai sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah memberikan arahan, mendidik dan motivasi kepada penulis.
5. Ibu Dr. Hj Umdatul Hasanah, M.Ag., sebagai Pembimbing I dan Bapak Dr. Kholid M.,SI., sebagai Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk terus membimbing, memberikan nasehat dan memberikan saran untuk penulis selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Seluruh Ibu/Bapak Dosen KPI

7. Ibu Iroh yang telah mengizinkan untuk meneliti di perusahaan Kabar Banten serta Bapak Maksuni Husen selaku pimpinan redaksi dan Ibu Ucu Mutmainah sebagai manajer pemasaran yang telah bersedia membantu keberlangsungan pada saat penelitian.
8. Bapak Abdul Aziz dan Ibu Muawanah Tercinta selaku kedua orangtua penulis yang selalu mendukung, memotivasi, dan sangat berkontribusi secara finansial dan moral, serta memberikan Ridho dan ketulusan do'a yang keduanya panjatkan tiada hentinya agar Allah permudah segala urusan penulis.
9. Kekasih penulis Saram pratama, yang setia mendengarkan keluh kesah dan meberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi, selalu mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dengan cepat, memotivasi, dan membantu keberlangsungan skripsi penulis.
10. Sahabat dari KPI C yang sejak awal berjuang bersama-sama hingga menyelesaikan tugas akhir di masa perkuliahan ini.
11. Sahabat penulis yang tak henti-hentinya mengingatkan, memberi motivasi, dukungan, dan yang selalu ada baik suka maupun duka yang tidak dapat ditulis disini namun jasa nya akan selalu diingat hingga kapanpun.

Semoga seluruh pihak yang telah membantu penulis selalu diberi perlindungan Allah SWT dan seluruh kebaikannya dilipatgandakan oleh Allah SWT, Aamiin Allahumma Aamiin. Harapan penulis adalah semoga skripsi yang telah diteliti ini dapat berguna di kemudian hari bagi para pembaca khususnya bagi penulis sendiri.

Serang, 25 Oktober 2022

**Anifah Fitalia Mukharomah**  
**181510108**

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....          | i    |
| ABSTRAK.....                               | ii   |
| ABSTRACT .....                             | iii  |
| PERSETUJUAN.....                           | v    |
| PENGESAHAN.....                            | vi   |
| MOTTO .....                                | vii  |
| PERSEMBAHAN .....                          | viii |
| RIWAYAT HIDUP .....                        | ix   |
| KATA PENGANTAR.....                        | x    |
| DAFTAR ISI .....                           | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                         | xv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                    | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....            | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                    | 10   |
| C. Tujuan Penelitian.....                  | 11   |
| D. Manfaat Penelitian.....                 | 11   |
| E. Penelitian Terdahulu yang Relevan ..... | 11   |
| F. Sistematika Pembahasan.....             | 13   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                | 15   |
| A. Kajian Pustaka .....                    | 15   |

|   |    |
|---|----|
| 1. Strategi pemasaran .....   | 15 |
| 2. Media cetak.....   | 19 |
| 3. Pengembangan Media Baru .....  | 23 |
| 4. Persaingan di era digital.....   | 27 |
| B. Landasan teori.....  | 33 |
| 1. Teori <i>Uses dan Gratifikasi</i> (penggunaan dan kepuasan) .....                | 33 |
| 2. Teori Analisis SWOT .....  | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....   | 40 |
| A. Jenis penelitian .....   | 40 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....   | 40 |
| C. Sumber data .....  | 41 |
| D. Teknik pengumpulan data .....  | 42 |
| E. Teknik analisis data .....   | 43 |
| F. Teknik Validitas Data.....   | 45 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....  | 46 |
| A. Kondisi Tempat Penelitian .....  | 46 |
| 1. Profil dan Sejarah Kabar Banten.....   | 46 |
| 2. Visi Misi Kabar Banten .....   | 50 |
| 3. Rubikasi Kabar Banten .....  | 51 |
| 4. Struktur Organisasi Kabar Banten .....   | 52 |
| B. Upaya Media Cetak Kabar Banten dalam mempertahankan oplah di<br>Era Digital..... | 54 |
| 1. Strategi pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital .....                 | 55 |

|  |    |
|--|----|
| 2. Pertahanan eksistensi media cetak Kabar Banten di era digital.....                    |    |
| 3. Faktor penghambat dan peluang media cetak Kabar Banten dalam<br>proses pemasaran..... | 74 |
| BAB V PENUTUP .....  | 79 |
| A. Kesimpulan.....   | 79 |
| B. Saran .....   | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA   |    |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN  |    |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4. 1 Data Harian Umum Kabar Banten .....      | 49 |
| Tabel 4. 2 Badan Hukum Fajar Banten .....           | 50 |
| Tabel 4. 3 Rubrikasi Kabar Banten .....             | 51 |
| Tabel 4. 4 Matriks Analisis SWOT Kabar Banten ..... | 57 |
| Tabel 4. 5 Tarif Iklan Kabar Banten .....           | 78 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Kabar Banten ..... | 53 |
| Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Redaksi Kabar Banten .....    | 53 |
| Gambar 4. 3 Diagram Distribusi Daerah Kabar Banten .....      | 68 |
| Gambar 4. 4 Diagram Segmentasi Pembaca Kabar Banten .....     | 72 |