

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi saat ini sudah menjadi hal yang lumrah, dengan perkembangan teknologi informasi baru yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan masa lalu. Transformasi dari teknologi lama ke yang lebih baru ini menggambarkan sifat teknologi yang selalu berubah. Perkembangan ini didasarkan pada inovasi dan kreativitas manusia. Perkembangan teknologi tentu saja berpengaruh pada banyak hal yang menyangkut tentang kehidupan kita yang ada di masyarakat. Mulai dari merubah perilaku kita terhadap orang lain sampai merubah jalan pikiran kita sendiri yang awalnya hanya ingin menemukan sesuatu yang sangat sulit diatasi, namun hal itu sangat mudah diatasi dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat mudah di akses di berbagai area, daerah, tempat yang terpencil pun mempunyai akses layanan internet, yang sekarang lebih diasumsikan oleh masyarakat. Memang, generasi sekarang tidak bisa dilepaskan dari yang namanya gadget atau media yang membuat mereka selalu update akan berita yang ada di manapun.

Perkembangan teknologi membawa dampak yang signifikan pada kehidupan manusia. Perkembangan teknologi memberikan akses dalam kemudahan komunikasi dan mendapatkan informasi. Kemudahan komunikasi dan mendapatkan informasi ini didapatkan dari sebuah alat atau media yang digunakan dengan mudah. Teknologi dengan ruang barunya, menyediakan tempat baru dengan hanya sekedar mengakses lewat smartphome. Smartphome dengan teknologi yang canggih, menjadi fasilitas dalam mengakses tempat perdagangan online atau digital.

Berbicara tentang teknologi mengacu pada kegiatan, hasil kegiatan, lembaga yang mengembangkannya, dan perangkat yang ada dan digunakan

dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah sampai pada tahap teknologi komunikasi berlandaskan komputer atau computer mediated communication (CMC). Perkembangan teknologi berbasis komputer yang dapat digunakan untuk komunikasi manusia telah menghadirkan sistem teknologi komputer baru. Hal ini yang mengubah pola kehidupan sehari-hari pekerjaan dan menciptakan pekerjaan baru, menyediakan bentuk-bentuk baru dalam mengakses informasi, berkomunikasi dengan orang lain, dan menyatu ke dalam kegembiraan ruang publik baru yang dimediasi komputer. Teknologi baru ini menyediakan masyarakat dengan beragam kemampuan komunikasi baru, yang menggunakan teknologi instan seperti media sosial. Teknologi dan informasi modern telah menciptakan “*global village*” dimana orang dapat berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia. Dengan perkembangan teknologi, bentuk-bentuk media komunikasi yang lama menjadi semakin tidak populer. Bagaimanapun bentuk media baru muncul, mereka tidak akan sepenuhnya menggantikan media lama.<sup>2</sup>

Kehadiran media baru memiliki dampak signifikan pada komunikasi manusia, mengubah cara kita berkomunikasi satu sama lain. Aspek komunikasi di Indonesia juga telah mengalami beberapa perubahan karena penerapan teknologi komunikasi dan informasi, terutama hiburan dan distribusi informasi, sehingga mengubah banyak dunia komunikasi kita. Kita telah memasuki apa yang disebut *hyper-communication*, yang memungkinkan komunikasi antara satu komunikator dan satu komunikator massa dan komunikator, serta antara sejumlah kecil orang dan massa seperti radio, surat kabar dan televisi. dan komunikasi massa.

Media baru yang dikembangkan saat ini merupakan produk dari konvergensi media komunikasi yang sebelumnya independen. Misalnya, dulu saluran telepon dipisahkan dari komputer, tetapi komputer dipisahkan

---

<sup>1</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society Teknologi Media Baru dan Dirupsi Informasi*, (Jakarta: Kencana, 2020) h. 25.

<sup>2</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society Teknologi Media Baru dan Dirupsi Informasi*,.... h. 29.

dari perpustakaan dan media massa. Semua ini sekarang digabungkan untuk memungkinkan orang menghubungkan komputer mereka ke saluran telepon, terhubung ke jaringan Internet, dan mengakses berbagai sumber. Semua itu pada akhirnya menyebabkan perubahan perilaku komunikasi manusia. Masyarakat tidak hanya membiasakan diri berkomunikasi dengan menggunakan media komputer (CMC), tetapi mereka juga mendambakan kecepatan informasi yang tersedia untuk umum. Tingkat kenaikannya pun semakin meningkat. Masyarakat mulai mengharapkan informasi yang dapat segera mereka peroleh secara lengkap dan lengkap, yang pada akhirnya menyebabkan terjadinya perubahan dalam praktik jurnalistik, sehingga pemberitaan di situs berita selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman. .

Saat ini, Internet telah mengubah perilaku pribadi dan sosial masyarakat sebagai pelopor media baru dengan banyak variasi.<sup>3</sup> Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, perkembangan media merupakan salah satu kemajuan yang tidak dapat dielakkan. Hal ini menunjukkan bahwa menjamurnya portal berita di Internet saat ini tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat untuk meng-update informasi kapan saja, di mana saja dalam hitungan detik. Memanfaatkan peluang ini, para pelaku bisnis teknologi komunikasi akan menciptakan berbagai teknologi, fitur, dan kemudahan lainnya untuk mengakses Internet, sehingga informasi dapat diakses dengan mudah hanya dengan menekan satu tombol. Keberadaan Internet sebagai media baru merupakan cara revolusioner di mana Internet dapat lebih menyebarluaskan informasi, tidak terikat waktu, dan mengunggah berita setiap jam, menit, atau bahkan detik, sehingga lebih mudah diakses. Dianggap sebagai ide. Salah satu bentuk pembaruan melalui Internet adalah konsep dan realitas baru portal web.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society Teknologi Media Baru dan Dirupsi Informasi*,... h. 32.

<sup>4</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), h. 115.

Media online juga dikenal sebagai media digital yang ditampilkan secara online di website. Secara umum, media online adalah segala jenis atau format media yang hanya dapat diakses melalui Internet, termasuk teks, gambar, video, dan audio. Media online juga dapat diartikan sebagai sarana komunikasi online. Dengan pengertian umum tersebut media online, email, mailing list, website, blog, dan media sosial (social media) juga termasuk dalam kategori media online. Media online adalah istilah umum untuk format media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Diantaranya adalah portal, website (situs), radio online, TV online, pers online, email online, dll yang masing-masing memiliki karakteristik tersendiri tergantung fasilitas yang tersedia bagi pengguna. Keberadaan media online telah melahirkan generasi baru jurnalisme, jurnalisme online. Jurnalisme online (online journalism), juga dikenal sebagai cyber journalism, internet journalism, dan web journalism (jurnalisme web), adalah jurnalisme tradisional (jurnalisme media cetak seperti surat kabar) dan jurnalisme siaran (broadcast journalism – radio dan televisi).<sup>5</sup>

Tentu saja, media online tidak terpikirkan sekitar 10 hingga 20 tahun yang lalu. Dewasa ini media ini berkembang sangat pesat dengan perkembangan dunia maya yang difasilitasi oleh jaringan internet. Melalui alat ini, masyarakat umum dapat dengan mudah dan bebas terlibat dalam berbagai kegiatan jurnalistik. Di sinilah jurnalisme online berkembang dan sering disebut sebagai jurnalisme siber karena keterbukaan dan kebebasannya yang nyaris bebas, melibatkan segala jenis aktivis yang semakin sulit didefinisikan. Saya memiliki. Namun, kebebasan mengakses media online tidak berarti bebas menampilkan konten. Siapa pun dapat menulis dan memberikan informasi tentang berbagai peristiwa, tetapi ini tidak dapat didasarkan hanya pada subjektivitas atau kehendak seseorang. Ia tetap terikat dengan kode etik yang telah disepakati. Seperti halnya Kode Etik Jurnalistik yang telah lama dianut oleh para penggiat jurnalisme

---

<sup>5</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online...* h. 114.

Indonesia, Kode Etik Jurnalistik online kini telah muncul dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran media online di era globalisasi ini telah menambah media baru untuk membantu para pembacanya. Merupakan salah satu produk teknologi informasi yang berhasil merambah dunia baru melalui jaringan internet. Akses jaringan yang cepat, murah, dan mudah, seolah menarik masyarakat umum untuk mengandalkan media ini, terutama untuk memperluas kredensial jaringan dan penggunaannya. Kebutuhan masyarakat sangat ditunjang oleh media online.

Beberapa media online yang dapat diakses antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media cetak atau situs berita lainnya yang dapat digunakan media elektronik untuk menyajikan berita tentang media online. Berita yang diumumkan tidak hanya mencakup berita yang diterbitkan, tetapi juga banyak berita yang tidak dilaporkan atau tidak dilaporkan. Para pembaca memiliki waktu yang sibuk untuk membaca koran karena alasan tertentu, tetapi pembaca dapat menikmati berita melalui media online yang disediakan oleh media tersebut. Bahkan, berbagai berita yang tidak dimuat di surat kabar tradisional tetap bisa dinikmati melalui media online.

Pembaca yang biasa menggunakan media seperti koran dan majalah kini dapat dengan mudah dan murah memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan melalui Internet, dan kini dapat mengakses rumah mereka secara langsung, kapan saja, tanpa makna. Tidak hanya informasi tentang peristiwa yang terjadi sebelumnya ditampilkan, tetapi peristiwa saat ini ditampilkan secara real time. Ibu rumah tangga yang bingung dengan resep masakan bisa dengan mudah menemukannya di Internet. Media ini dapat menyajikan informasi kapanpun dan dimanapun Anda membutuhkannya.<sup>6</sup>

Jurnalisme online memungkinkan pemirsa untuk melacak aliran berita secara non-linear sesuai dengan sifat teks di dunia maya, yaitu hypertext. Pemangku kepentingan yang tertarik dengan topik atau pesan dapat

---

<sup>6</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 77

mengklik teks yang ditautkan ke teks lain. Teknologi informasi dan komunikasi terkini memungkinkan pembangunan jaringan informasi yang tak terhitung banyaknya dan hubungan dengan informasi lain. Secara konseptual, jurnalisme online dapat dilihat sebagai produk pendidikan media yang menghasilkan literasi media yang dipraktekkan secara sistematis di berbagai negara maju. Keseriusan negara-negara maju dalam penyelenggaraan pendidikan media merupakan bagian dari upaya mendorong partisipasi warga negara dalam kegiatan sosial masyarakat informasi, termasuk teknologi komunikasi dan komunikasi informasi.

Ini adalah hasil alami dari arus informasi yang cepat. Arus informasi yang cepat berarti bahwa mereka yang menanggapi inisiatif orang lain tidak memiliki kesempatan untuk menunjukkan atau bertindak secara proaktif, hanya membuang-buang waktu. Lingkungan komunikasi manusia saat ini sedang mengalami perubahan, meskipun perubahan tersebut sangat mendasar.<sup>7</sup>

Media saat ini sangat beragam bentuknya dan tentu saja mempunyai daya saing tersendiri di mata masyarakat. Dulu kita mengenal berbagai macam media massa yang ada di Indonesia, media cetak pada zaman dulu adalah media yang dikembangkan atau diterbitkan dengan dicetak atau yang sekarang kita kenal dengan koran. Dulu koran adalah media cetak yang paling banyak dikonsumsi untuk dibaca oleh masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi yang ada di Indonesia. Kini zaman sudah berganti, perkembangan teknologi telah melahirkan banyak perubahan termasuk pada media cetak, kini media cetak telah berkontribusi dengan media online atau yang sering disebut dengan konvergensi media.

Konvergensi sarana adalah peleburan, konsolidasi, integrasi sarana yang ada untuk mengarahkan mereka menuju satu tujuan. Dalam hal industri media, tujuannya adalah mencari keuntungan dengan harapan dapat mempertahankan eksistensi dan perkembangan industri media.<sup>8</sup> Oleh karena

---

<sup>7</sup>Yosal Iriantara, *Media Relations, Konsep, Pendekatan Dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), h.125

<sup>8</sup>Yosal Iriantara, *Media Relations, Konsep, Pendekatan Dan Praktik*,... h. 123.

itu, munculnya fenomena konvergensi media ini telah memaksa media tradisional untuk terbang dan melebarkan sayapnya melalui Internet untuk mempertahankan dan mengembangkan aktivitasnya.<sup>9</sup>

Dibandingkan dengan media massa lainnya, surat kabar merupakan media massa yang paling tua. Kisah tersebut mencatat keberadaan surat kabar sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg di Jerman. Di sisi lain, keberadaan surat kabar di Indonesia ditandai dengan lima periode pra-kemerdekaan dan awal kemerdekaan: era kolonial Belanda dan perjalanan panjang era kolonial Jepang. Posisi media cetak berada di urutan keempat pada tahun 2014, mewakili ketatnya media massa saat ini.<sup>10</sup> dan berdasarkan survei Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia. Menurut survei yang dirilis ulang pada tahun 2017, penetrasi televisi tetap menjadi pemimpin di 96%, diikuti oleh media luar ruang (53%), Internet (44%), radio (37%), surat kabar (7%), dan banyak lagi. Diikuti oleh koran dan majalah Tabloid (3%).<sup>11</sup> Media penetrasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin tertarik untuk mengakses berbagai konten melalui media digital. Temuan Nielsen menunjukkan bahwa pembaca surat kabar mulai menurun dan tertinggal.

Dari penelusuran diatas, dapat dijelaskan bahwa dengan munculnya media baru berbasis internet, banyak pengamat sejarah yang memprediksikan bahwa media cetak akan menghilang dari permukaan bumi. Sebagai contoh, ketika radio ditampilkan, pengamat mengharapkan kertas yang dicetak akan aus, tetapi kertas yang dicetak masih hidup. Belakangan, saat televisi menyapa penonton, pengamat memperkirakan harga surat kabar cetak akan turun. Namun pada kenyataannya, surat kabar cetak masih ada.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online*,... h. 23.

<sup>10</sup> Budi Arista Romadhoni, *Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi*. An-Nida, Vol. 10, No. 1, 2018, Hal. 14.

<sup>11</sup> Riset Nielsen, *Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia*, di Akses dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/> Pada Tanggal 26 Juli 2017.

<sup>12</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online*,... h. 9.

Setelah membandingkan media "lama" dan "baru", menurut saya media baru benar-benar mempengaruhi praktik kerja media. Anda dapat membandingkan perilaku pencarian informasi di media lama dan baru. Di media baru, pencari informasi seringkali mencari informasi hanya untuk mencari kesenangan atau untuk mendapatkan informasi yang luar biasa. Di media lama seperti surat kabar, orang sangat memperhatikan informasi, bukan hanya melihatnya. Tentu saja, dari perspektif itu saja, ada cara lain untuk memperlakukan penonton sebagai massa dengan menyebarkan informasi melalui praktik media.

Karena peralihan dari jurnalisme tradisional ke jurnalisme digital, akhirnya lahirlah koran digital. Jurnalisme digital menjadi salah satu jenis bisnis media cetak yang bertahan hingga saat ini. Tidak seperti surat kabar tradisional, surat kabar digital dianggap lebih fleksibel karena pembaca memiliki lebih banyak pilihan topik berita yang menarik. Selain fleksibilitas topik bacaan, pecinta koran digital dapat membaca koran kapan saja, di mana saja. Pembaca dapat mengakses koran digital melalui aplikasi atau situs web, tergantung pada portal berita favorit mereka. khalayak juga dapat membaca berita sebelumnya yang diunggah ke surat kabar elektronik.

Di bawah perkembangan teknologi yang sangat pesat ini, media massa mudah terpengaruh oleh segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya, terutama dalam dunia jurnalistik, media massa merupakan hal yang lumrah bagi kepemimpinan seseorang karena merekalah yang menguasai dan memiliki media tersebut. Anda masih bisa menemukan kendaraan cetak atau koran di jalanan bahkan di persimpangan jalan yang dijual oleh beberapa penjual dengan harga murah. Media cetak atau surat kabar memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan media online. Media cetak memiliki data yang sama dengan media cetak online, namun dengan kemasan dan isi yang berbeda. Media cetak mempunyai keunggulan tersendiri, oleh karena



itu media cetak tidak akan hilang dalam menjalankan atau mengisi kehidupan masyarakat di Indonesia.<sup>13</sup>

Media saat ini sangat beragam bentuknya dan tentu saja mempunyai daya saing tersendiri di mata masyarakat. Dulu kita mengenal berbagai macam media massa yang ada di Indonesia, media cetak pada zaman dulu adalah media yang dikembangkan atau diterbitkan dengan dicetak atau yang sekarang kita kenal dengan koran. Dulu koran adalah media cetak yang paling banyak dikonsumsi untuk dibaca oleh masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi yang ada di Indonesia. Kini zaman sudah berganti, perkembangan teknologi telah melahirkan banyak perubahan termasuk pada media cetak, kini media cetak telah berkontribusi dengan media online atau yang sering disebut dengan konvergensi media.

Perubahan biasanya membawa dua hal, peluang dan risiko. Peluang menawarkan peluang untuk menghadirkan kemungkinan baru yang dapat digunakan organisasi yang sebelumnya tidak tersedia. Memberi ancaman lantaran apa yang sebelumnya tak ada kini ada dan nyata di sekitar kita. Kita bisa mengambil misal bagaimana perkembangan teknologi komunikasi akhirnya memaksa perusahaan-perusahaan pos di seluruh dunia untuk mengubah dirinya. Kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi membuat perusahaan pos bersaing dengan perusahaan telekomunikasi.<sup>14</sup> Persaingan media massa sangat ketat, dan dengan semakin mahalnya industri percetakan, akan muncul media massa baru yang dapat diakses dengan cepat dan murah melalui internet. Perkembangan Internet di dunia dan Indonesia juga mempengaruhi media baru untuk mengkomunikasikan informasi. Arus informasi tidak lagi dikendalikan oleh arus utama surat kabar, tabloid, majalah, radio, dan televisi. Portal berita merupakan sumber informasi yang

---

<sup>13</sup> Tio Dwi Nata, dkk., (ed.) *Teknologi Komunikasi dan Realitas Semu Media Massa*, (Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2014), h. 125.

<sup>14</sup> Yosol Iriantara, *Media Relations, Konsep, Pendekatan Dan Praktik*,... h. 125

semakin berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan tentunya dunia maya di dalamnya.<sup>15</sup>

Disaat peneliti melakukan PPL (Praktik Pengalaman Lapangan), peneliti PPL di salah satu industri media online. Berita dalam media online tidak selalu beritanya di ambil dari lapangan, ada juga yang menggambil dari media cetak yang sudah beredar, atau juga ada yang menggambil dari media online yang mempunyai media cetak, karena di anggap lebih terpercaya. Sehingga dari latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan di era digital pada salah satu perusahaan media cetak yaitu di kabar banten. Dari beberapa media cetak yang ada di banten penulis memilih instansi media cetak kabar banten untuk dijadikan tempat penelitian karena instansi ini salah satu instansi media cetak yang sudah lama dikenal masyarakat banten dan banyak berlangganan di kalangan masyarakat dan di luar banten, kabar banten hadir sebagai acuan pengawasan jalannya provinsi banten saat awal-awal berdirinya provinsi banten. Koran kabar banten lebih fokus pada penyajian berita-berita lokal wilayah peredarannya, tanpa mengabaikan berita-berita regional, nasional dan internasional.

Sehingga peneliti mengambil judul yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dipaparkan di atas. Untuk lebih mengetahui bagaimana strategi pemasaran surat kabar banten di era digital.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka timbul permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital?
2. Bagaimana mempertahankan eksistensi media cetak Kabar Banten di era digital?

---

<sup>15</sup> Budi Arista Romadhoni, *Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi*. An-Nida, Vol. 10, No. 1, 2018, h. 17.

3. Apa saja faktor penghambat dalam proses pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dan rumusan masalah yang telah diuraikan, dapat pula dijelaskan mengenai beberapa tujuan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran media cetak Kabar Banten di Indonesia era digital.
2. Untuk mengetahui bagaimana mempertahankan eksistensi media cetak Kabar Banten di era digital.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam proses pemasaran media cetak Kabar Banten di era digital.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yang dapat dipelajari antara lain sebagai berikut:

1. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya jenis-jenis kajian ilmiah khususnya di bidang Ilmu Komunikasi dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan tema dan metode yang sama.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa, dipraktikkan dalam kehidupan nyata, baik individu, organisasi, perusahaan dan sebagainya.

### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Berdasarkan penelusuran pustaka, peneliti menemukan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini yang mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah diteliti sebelumnya. Berikut ini penelitian-penelitian yang relevan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis sebagai bahan referensi:

Penelitian yang dilakukan oleh Mia Mulyani Petri mahasiswi Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang membahas skripsi berjudul “*Strategi Pemasaran Mempertahankan Usaha UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi di Galeri Umkm Buket Bunga Daisuki Jambi) Pada tahun 2020*”. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran UMKM Galeri Bunga Bunga Daisuki khususnya bauran pemasaran ( *Marketing Mix* ) yang diterapkan oleh UMKM.

Penelitian dilaksanakan di Kota Jambi selama kurang lebih 2 bulan. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan data yang dikumpulkan menggunakan *teknik purposive sampling* . Sedangkan salah satu hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran Toko Bunga Karang Bunga Daisuki Gallery menggunakan *Bauran Pemasaran 4P* yang terdiri dari strategi produk ( *produk* ), strategi harga ( *price* ), strategi promosi ( *promosi* ) . , dan strategi tempat. (*tempat*).<sup>16</sup>

Penelitian dilakukan oleh Angel Ningsih, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membahas skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Surat Kabar Harian Pekanbaru Pos Dalam Mempertahankan Oplah*” tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui dokumen Pekanbaru Pos, wawancara, dan data di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pekanbaru Pos berupaya menyelenggarakan berbagai acara edukasi dan hiburan kepada masyarakat, bekerjasama dengan berbagai perusahaan untuk menstabilkan oplah surat kabar.<sup>17</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faisal Amin mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang membahas skripsi

---

<sup>16</sup>Mia Mulyani Petri, *Strategi Pemasaran Mempertahankan Usaha UMKM di Tengah Pandemi Covid -19 (Studi pada Galeri Buket Bunga Umkm Daisuki Jambi)* . Diakses dari <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/5393> Pada tanggal 16 November 2020 08:21

<sup>17</sup>Angel Ningsih, *Strategi Pemasaran Surat Kabar Harian Pos Pekanbaru dalam Menjaga Sirkulasi* . Diakses dari <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/25842> Pada tanggal 11 Februari 2020 04:14

dengan judul “*Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Cetak (Studi Pada Harian Kepercayaan Kota Makassar)*” Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan metode deskriptif dengan penelitian kualitatif, data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Salah satu hasil penelitian menemukan bahwa Amanah Daily dalam aplikasi strategi komunikasi pemasarannya meliputi kualitas produk, implementasi, kegiatan promosi berupa event, proses penjualan langsung kepada masyarakat secara tatap muka, serta harga yang ditawarkan relatif murah bagi pelanggan.<sup>18</sup>

Dari penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Persamaannya sama-sama mempelajari strategi pemasaran, namun yang membedakan penelitian ini adalah fokus penelitian ini membahas strategi pemasaran media cetak dalam menghadapi persaingan di era digital yang dilakukan pada Kabar Banten yang berfokus pada strategi pemasaran offline dan pemasaran online sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada satu titik permasalahan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data induktif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah Kabar Banten dan lokasi penelitian di Sumur Pecung Kota Serang, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan objek yang berbeda. Disinilah terdapat banyak perbedaan sudut pandang dan diskusi yang berbeda tentunya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan penelitian skripsi ini, maka sistematika yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

---

<sup>18</sup>Muhammad Faisal Amin, *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Cetak (Studi pada Harian Amanah Makassar)*. Diakses dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/11415> Pada tanggal 25 Jun 2018 00:57

- BAB I : Pendahuluan, membahas tentang latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan serta sistematika penulisan.
- BAB II : Kajian Pustaka, membahas dan memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari tinjauan pengertian strategi pemasaran, tinjauan media cetak, tinjauan perkembangan media baru atau digital dan tinjauan persaingan informasi di era digital. Serta landasan teori
- BAB III : Metode penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik validitas data.
- BAB IV : Menjelaskan hasil penelitian dan keadaan objek penelitian, Media cetak pada surat kabar Banten. Dan analisis data penelitian, membahas strategi pemasaran media cetak untuk menghadapi persaingan di era digital.
- BAB V : Penutup, menyajikan kesimpulan dan saran. Bagian terakhir berisi daftar pustaka.