

## ABSTRAK

**Ilham Faturochman:** Strategi Manajemen Surat Kabar Harian Umum Radar Tasikmalaya Dalam Persaingan Dengan Media Online.

Perkembangan media massa yang sangat pesat telah memberikan perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan industri media cetak lokal harus bisa bersaing dengan semakin banyaknya kompetitor seperti media online. Untuk itu surat kabar lokal harus bisa bertahan ditengah era modern ini, sehingga dibutuhkan strategi manajemen untuk mempertahankan surat kabar lokal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen media surat kabar Radar Tasikmalaya dalam persaingan dengan media online. Strategi manajemen media ini terbagi menjadi empat bidang redaksi, bidang iklan, bidang percetakan, dan bidang pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis studi kasus dengan menggunakan strategi media konsep Totok Djuroto yaitu Bidang Redaksi, bidang iklan, bidang percetakan, dan bidang pemasaran. Metode penelitian studi kasus dianggap tepat untuk penelitian ini karena peneliti tidak sekedar menjelaskan seperti apa objek yang diteliti, tetapi untuk menjelaskan bagaimana keberadaan dan mengapa kasus tersebut dapat terjadi.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi manajemen surat kabar harian umum radar tasikmalaya dalam persaingan dengan media online yaitu pada bidang redaksi surat kabar radar tasik lebih menonjolkan berita lokal daripada berita nasional, dengan presentasi berita lokal 75%, nasional 20%, dan internasional 5%, dengan lebih banyaknya berita lokal ini membuat masyarakat atau pelanggan merasa lebih dekat dengan surat kabar Radar Tasikmalaya, bidang iklan yaitu dengan memberikan harga diskon kepada calon pengiklan, bidang percetakan yaitu agar menghasilkan cetakan yang bagus dan tidak mengelupas tintanya, dan bidang pemasaran yaitu menjual surat kabar sebanyak-banyaknya dengan menggunakan sasaran segmentasi, targeting dan positioning.