

ABSTRAK

Anggi Harun Ar-rasyid, *Strategi Media Cetak Ditengah Pandemi (Studi Deskriptif terhadap Harian Umum Radar Bandung)*

Perkembangan revolusi industri sudah terjadi di berbagai aspek kehidupan menimbulkan efek ketergantungan manusia terhadap teknologi sehingga peran media yang tergolong konvensional seperti koran semakin tersisihkan oleh media daring dengan efektifitas dan efisiensi yang mudah diakses masyarakat. Di tengah persaingan media cetak dengan online, kini muncul masalah baru yakni virus covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi media cetak bertahandi tengah pandemi khususnya Radar Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori manajemen konsep strategi oleh Totok Djuroto (2004:18). Teori ini menjelaskan bahwa manajemen media pers mencakup 4 bidang yaitu, bidang redaksi, bidang percetakan, bidang manajemen, dan bidang percetakan.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif, dengan metode ini peneliti dapat memaparkan kejadian yang ada dilapangan untuk lebih menggali serta mengklarifikasi fenomena yang akan diteliti dengan cara mendeskripsikan sejumlah variable yang berkaitan dengan masalah serta unit yang akan diteliti. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi media cetak yang dilakukan RadarBandung mampu membuat inovasi baru melalui lipsus (liputan khusus). Strategi yang dilakukan secara keseluruhan sudah berjalan efektif, hanya saja dalam unsur perubahan desain pada pengemasan konten instagramnya, dirasa kurang menarik. Mengingat Radar Bandung berhasil melakukannya di Tiktok.

Kata kunci: Strategi Media, Manajemen, Radar Bandung.

ABSTRACT

Anggi Harun Ar-rasyid, *Print Media Strategy in the Midst of a Pandemic (Descriptive Study of the General Daily Radar Bandung)*

The development of the industrial revolution has occurred in various aspects of life, causing the effect of human dependence on technology so that the role of media that is classified as conventional, such as newspapers, is increasingly being sidelined by online media with the effectiveness and efficiency that are easily accessible to the public. In the midst of competition between print and online media, a new problem has emerged, namely the Covid-19 virus.

This study aims to find out how the print media strategy survives in the midst of a pandemic, especially Radar Bandung.

This study uses the concept of strategic management theory by Totok Djuroto (2004:18). This theory explains that press media management covers 4 areas, namely, editorial, printing, management, and printing.

This research uses a descriptive study method, with this method the researcher can describe events in the field to further explore and clarify the phenomena to be studied by describing a number of variables related to the problem and the unit to be studied. The process of collecting data is done through observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that the print media strategy implemented by Radar Bandung is capable of creating new innovations through lipsus (special coverage). The overall strategy has been running effectively, it's just that in terms of design changes to the packaging of the Instagram content, it feels less attractive. Considering Radar Bandung managed to do it on Tiktok.

Keywords: Media Strategy, Management, Radar Bandung.