

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Media cetak adalah salah satu dari beberapa media yang memiliki pengaruh besar dalam membangun suatu peradaban di sebuah negara. Bahkan pada masa lalu media cetak dipakai untuk berbagai kepentingan manusia untuk menjadi sarana berkomunikasi. Media cetak juga telah menjadi salah satu arsip atau dokumen sejarah tertulis tentang apa yang telah terjadi pada masa lalu agar manusia mengetahuinya.

Namun tidak dapat dipungkiri, teknologi berbasis mesin yang serba canggih dan efisien telah membuat banyak perubahan yang terjadi dalam bisnis media cetak di masa sekarang, seperti halnya membuat beberapa media tidak mampu bersaing dalam tata kehidupan manusia yang cukup membuat media berbondong-bondong mengikuti perubahan zaman yang ada.

Media cetak berkembang pesat setelah Johannes Guttenberg menemukan mesin cetak, hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar (koran), tabloid dan majalah. Salah satu manfaat media cetak adalah memberikan informasi yang dituliskan mendalam dari berbagai sisi, seperti berita seorang tokoh yang memberikan pemikirannya, sifat-sifatnya, perjuangannya dan semua hal yang unik sehingga menarik perhatian pembaca serta menginspirasi masyarakat dalam mengembangkan potensi mereka.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

Menurut Abdullah (2004: 9) “media cetak di Indonesia, sejak reformasi menjadi keniscayaan terdapat 1500 media cetak (data juli 1999), baik itu surat kabar maupun majalah. Sekitar 70% dari media cetak terbit di Jakarta, dan sisanya tersebar dari Sabang sampai Merauke”. Sejak pertengahan 80-an, kualitas media cetak di Indonesia semakin membaik, baik dari sudut tiras, perwajahan, maupun kualitas isinya. Media cetak dari hari ke hari semakin berkualitas seiring dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia, serta banyak media cetak yang dikelola dengan manajemen profesional plus permodalan kuat dari konglomerat.

Jawa barat telah menjadi salah satu provinsi yang memiliki jumlah penduduk terpadat di Indonesia, tentu saja hal ini menjadi faktor yang mendukung berbagai media di Jawa Barat untuk berlomba-lomba menyajikan informasi *up to date* dan sebanyak-banyaknya yang dibutuhkan masyarakat. Kota Bandung sebagai ibukota Jawa Barat mengalami perkembangan pesat di sektor industri teknologi informasi dan komunikasi dengan banyaknya media online yang muncul sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat yang menginginkan informasi serba cepat dan instan di era revolusi industri 4.0.

Perkembangan revolusi indsutri sudah terjadi diberbagai aspek kehidupan menimbulkan efek ketergantungan manusia terhadap teknologi sehingga peran media yang tergolong konvensional seperti koran semakin tersisihkan oleh media online dengan efektifitas dan efesiensi yang mudah diakses masyarakat.

Ditengah persaingan media cetak dengan online, kini muncul masalah baru yakni virus covid-19, Wabah global ini ditemukan pertama kali di daerah Wuhan

Tiongkok pada akhir tahun 2019 dan telah menelan banyak korban. Pada tanggal 11 Maret 2020, World Health Organization (WHO) menetapkan bahwa virus Corona sebagai pandemi global (Kompas.com, 9 Februari 2021). Penetapan pandemi ini sebagai wabah global juga didukung oleh pemerintah Indonesia melalui Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-alam Penyebaran Covid-19 Sebagai Bencana Nasional. Kemudian salah satu strategi pemerintah untuk menanggulangi wabah ini adalah dengan membuat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan hampir diseluruh Kota di Indonesia, tak terkecuali sampai ke daerah terpencil.

Meskipun langkah yang diambil pemerintah cukup cerdas tapi itu juga berdampak kepada sektor ekonomi terutama industri, tak terkecuali media. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan kebiasaan baru ini. Meluasnya virus Corona telah menurunkan pendapatan media masa cetak, radio, online dan televisi. Efek domino yang ditimbulkan membuat kondisi perekonomian baik mikro juga makro semakin tertekan, memperjelas posisi media online lebih mudah dinikmati dengan biaya yang relatif lebih murah bahkan gratis. Media kali ini mencoba bertahan dari dampak yang ditimbulkan oleh pandemi, salah satunya media Radar Bandung, media yang telah berdiri sejak 2003 ini merupakan salah satu anak dari Jawa Pos.

Mengutip hasil pendataan Serikat Perusahaan Pers (SPP) terhadap 433 media cetak sepanjang Januari-April 2020, 71 persen perusahaan cetak mengalami penurunan omzet dari 40 persen dibandingkan dengan periode yang sama pada

tahun 2019. Sementara 50 persen perusahaan pers cetak telah memotong gaji karyawan dengan besaran 2-30 persen (VoaIndonesia.com, 30 Mei 2020).

Menariknya, Radar Bandung dimasa pandemi masih cukup eksis sebagai salah satu media yang selalu memberikan informasi *up to date* ditengah kondisi yang bisa dibilang mencekam. Jawa Barat khususnya Bandung menjadi salah satu dari beberapa wilayah di Indonesia yang masuk dalam zona merah covid-19. Oleh sebab itu, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana strategi manajemen Radar Bandung sehingga bisa bertahan di era pandemi dan faktor lainnya yang semakin melemahkan posisi media cetak..

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mencari dan mengetahui lebih dalam tentang strategi manajemen media Radar Bandung dalam menghadapi era pandemi. Bagaimanakah cara Radar Bandung bertahan dalam kondisi yang sulit ini.



## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bidang redaksi Radar Bandung dalam menghadapi situasi Pandemi?
2. Bagaimana strategi bidang percetakan Radar Bandung dalam menghadapi situasi Pandemi?
3. Bagaimana strategi bidang pemasaran Radar Bandung dalam menghadapi situasi pandemi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bidang redaksi Radar Bandung dalam menghadapi situasi pandemi
2. Untuk mengetahui strategi bidang percetakan Radar Bandung dalam menghadapi situasi pandemi
3. Untuk mengetahui strategi bidang pemasaran Radar Bandung dalam menghadapi situasi Pandemi

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini ialah memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya ilmu jurnalistik mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi di Era pandemi. Penelitian ini juga dapat memperluas pemikiran serta menjadi tambahan referensi pustaka, khususnya di Konsentrasi Jurnalistik Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan referensi bagi pengelola redaksi Radar Bandung di kemudian hari, serta dapat menjadi media yang bersaing dan maju ditengah Era pandemi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi bahan referensi bagi bidang percetakan Radar Bandung dan bidang percetakan yang lain agar dapat bertahan di situasi pandemi.
- c. Penelitian diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan referensi bagi bidang pemasaran Radar Bandung di kemudian hari, serta dapat meningkatkan penjualan di situasi pandemi.

## **1.5. Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Sebelumnya, telah ada penelitian yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini. Penelitian-penelitian sebelumnya juga meneliti strategi manajemen media cetak, diantaranya:

**Pertama**, Skripsi Rizki Ramadan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018, melakukan penelitian dengan judul “Strategi *The Light Magazine* Untuk Mempertahankan Eksistrensinya Sebagai Majalah Fotografi Alternatif ”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui stratrgi bidang redaksi serta strategi bidang usaha. *The Light Magazine* untuk mempertahankan eksistensinya sebagai majalah fotografi alternatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang diterapkan pada bidang redaksi ialah dengan melakukan inovasi pada bentuk dan konten. *The Light* ialah majalah fotografi elektronik yang lebih mementingkan idealismenya untuk konsisten menampilkan kajian fotografi yang melawan arus serta menampilkan cerita pengalaman fotografer-fotografer ternama yang kurang atau belum diekspos media lain. Sementara strategi kerja redaksi yang digunakan *The Light* bersifat deprofesionalisasi: jabatan merangkap, sistem kerja tidak formal serta tiap wartawan memiliki otonomi terhadap tulisannya. Sedangkan strategi bidang usaha *Ther Light* yang diterapkan hanya bisa membuat *The Light* sekedar bertahan hidup, bukan berkembang.

**Kedua**, Skripsi Yohannie Lingasari mahasiswi Prodi Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, melakukan penelitian dengan judul “Strategi Manajemen Media Jurnal Perempuan Dalam Menyuarakan Kesetaraan Gender”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui stratrgi manajemen media jurnal perempuan dalam menyuarakan kesetaraan gender. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan stratrgi dalam bidang reedaksi

jurnal perempuan ialah memilih dewan redaksi dan mitra bestari yang kompeten dan paham akan isu-isu gender sehingga kualitas konten jurnal perempuan dapat terus terjaga. Selain itu, pengelola juga melakukan inovasi diantaranya dengan menerbitkan jurnal perempuan dalam bentuk bahasa Inggris, yaitu *Indonesian Feminist Journal*. Sementara strategi bidang usaha jurnal perempuan adalah mengumpulkan donasi dari masyarakat yang tergabung dalam sahabat jurnal perempuan sehingga keuntungan tidak bergantung pada lembaga asing. Namun belum ada strategi signifikan yang dilakukan dalam hal marketing.

**Ketiga** yaitu Skripsi Lina Fatimah mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia, 2016, melakukan penelitian dengan judul “Strategi Redaksi Majalah Mangle Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Berbahasa Sunda Di Kota Bandung”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi redaksi majalah mangle dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda di kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Deskriptif. Hasil penelitian ini rencana redaksi mangle menyajikan isi dan tulisan untuk memberikan hiburan di setiap rubrik-rubriknya agar lebih dekat kepada semua pembaca dan memberikan peluang bagi penulis-penulis baru agar bisa mengkreasikan tulisannya ke dalam majalah mangle.

**Keempat** yaitu Skripsi Nenden Jahrotul Jannah mahasiswi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017, berjudul “Strategi manajemen Media Mangle (*Studi Deskriptif Pada majalah Mangle dalam mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Bahasa Sunda*)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi manajemen bidang redaksi Mangle

dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa sunda. Untuk mengetahui strategi manajemen bagian iklan Mangle dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa sunda. Untuk mengetahui strategi manajemen bagian percetakan dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah sunda. Dan untuk mengetahui strategi manajemen bidang pemasaran dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa sunda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipenya yaitu: strategi manajemen, dan strategi investasi.

**Kelima**, Skripsi mahasiswi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2020, berjudul Strategi Media Cetak di Era Revolusi Industri 4.0 : Studi Kualitatif pada Media Cetak Tribun Jabar. Penelitian ini dilakukan oleh Rahmawati ikah. Metode yang digunakan dalam penelitian studi kasus dimana bertujuan untuk mengkaji dengan intensif data yang ada. Data yang diperoleh berasal dari wawancara dengan Teknik *purpose sampling* dan menggunakan satu orang informan dari media Tribun Jabar. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan tribun Jabar dengan melakukan konvergensi media untuk membuat media tetap eksis.

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

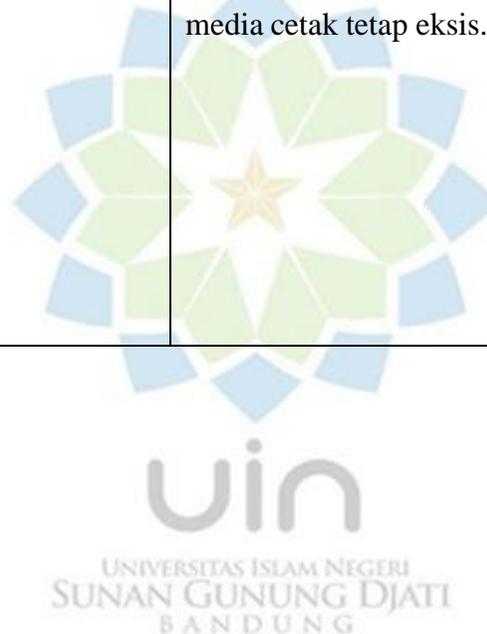
NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<p><b>Skripsi:</b></p> <p>Rizki Ramadan/ Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara/ 2018</p> <p><b>Judul:</b></p> <p>Strategi The Light Magazine untuk Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Fotografi Alternatif</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah studi kasus. Teori strategi marketing media massa.</p>	<p>Dengan hasil penelitian ini menunjukan strategi yang diterapkan pada bidang redaksi ialah dengan melakukan inovasi pada bentuk dan konten. <i>The Light</i> ialah majalah fotografi elektronik yang lebih mementingkan idealismenya fotografer-fotografer ternama yang kurang atau belum diekspos media lain</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi manajemen surat kabar</p>	<p>Perbedaanya pada penelitian ini adalah Metode penelitian skripsi ini menggunakan studi kasus, focus penelitiannya the light magazine dan hanya mencari strategi bidang bukan strategi manajemennya.</p>

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
2.	<p><b>Skripsi:</b></p> <p>Yohannie Linggasari/ Prodi Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta/ 2017</p> <p><b>Judul:</b></p> <p>Strategi Manajemen Media Jurnal Perempuan Dalam Menyuarakan Kesetaraan Gender</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teori manajemen komunikasi</p>	<p>Dengan hasil penelitian ini mengetahui strategi dalam bidang redaksi jurnal perempuan ialah memilih dewan redaksi dan mitra bestari yang kompeten dan paham akan isu-isu gender sehingga kualitas konten jurnal perempuan dapat terus terjaga..</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana hasil penelitian ini adalah menunjukkan bagaimana strategi bidang redaksi menunjukkan kesetaraan gender bagi perempuan</p>	<p>Perbedaannya pada penelitian ini adalah Perbedaan dalam penelitian ini berada pada fokus penelitiannya jurnal perempuan dan metode penelitiannya menggunakan studi deskriptif kualitatif dan lebih condong meneliti strategi manajemen bidang usahanya.</p>

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
3.	<p><b>Skripsi:</b></p> <p>Lina Fatimah/ Universitas Pendidikan Indonesia/ 2016</p> <p><b>Judul:</b></p> <p>Strategi Redaksi Majalah Mangle Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Berbahasa Sunda Di Kota Bandung</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif.</p>	<p>Dengan Hasil penelitian ini rencana redaksi mangle menyajikan isi dan tulisan untuk memberikan hiburan disetiap rubrik-rubriknya agar lebih dekat kepada semua pembaca dan memberikan peluang bagi penulis-penulis baru agar bisa mengkreasikan tulisannya kedalam majalah mangle.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah Mengambil metode studi kasus dekriptif yang sama dengan studi peneliti saat ini</p>	<p>Perbedaanya pada penelitian ini adalah Perbedaan pada penelitian ini berupa penelitian ini meneliti sebuah majalah.</p>

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
4.	<p><b>Skripsi:</b></p> <p>Nenden Jahrotul Jannah/ Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung/ 2017</p> <p><b>Judul:</b></p> <p>Strategi Manajemen Media Mangle (Studi Deskriptif Pada Majalah Mangle Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Majalah Sunda</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah deskriptif. Analisis framing media massa.</p>	<p>Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi majalah mangle dalam mempertahankan eksistensinya menggunakan bahasa sunda dan menunjukkan bahwa strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipenya yaitu strategi manajemen dan strategi investasi.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah Metode penelitiannya menggunakan studi kualitatif deskriptif</p>	<p>Perbedaannya pada penelitian ini adalah Objek penelitian menggunakan majalah</p>

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
5.	<p><b>Skripsi:</b></p> <p>Rahmawati Ika/ Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati/ 2020.</p> <p><b>Judul:</b></p> <p>Strategi Media Cetak Di Era Revolusi Industri 4.0: Studi Kualitatif Pada Media Cetak Tribun Jabar</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah studi kasus. Teori Strategi Pemasaran Surat Kabar.</p>	<p>Dengan hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan tribun jabar dengan melakukan konvergensi media untuk membuat media cetak tetap eksis.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah Sama-sama ingin mengetahui strategi media cetak dalam mempertahankan eksistensinya di era globalisasi.</p>	<p>Perbedaannya pada penelitian ini adalah Penelitian ini lebih terfokus pada penyajian beritanya.</p>



## **1.5.2 Tinjauan Teoritis**

### **1.5.2.1 Strategi Bisnis**

Istilah strategi dan manajemen strategi sering kali digunakan secara tumpang tindih di dalam buku-buku pelajaran. Namun pada kenyataannya, kedua hal tersebut memiliki perbedaan arti dan konteks. Strategi merupakan arah yang dipilih organisasi perusahaan secara sadar dan rasional. Strategi merupakan sentral dari manajemen strategis yang berupa perencanaan strategi, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Witcher (2019) menjelaskan bahwa strategi merupakan suatu pendekatan mengarahkan operasi-perasi perusahaan kepada arah dan tujuan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Sementara itu, Kalipci dan Yay (2018) menjelaskan bahwa manajemen strategis merupakan suatu proses yang terus menerus dimana melibatkan evaluasi dari manajemen puncak perusahaan terhadap dinamika lingkungan. Sedangkan Cosenz dan Noto (2016) memberikan definisi lebih lengkap bahwa manajemen strategis merupakan suatu bidang studi yang melakukan investigasi terhadap dinamika suatu perusahaan yang terkait dengan lingkungannya untuk mengambil tindakan yang penting dalam mencapai tujuan dan atau meningkatkan performansi melalui pendayagunaan secara rasional atas sumber daya yang dimiliki.

Strategi bisnis merupakan strategi yang dikembangkan organisasi atau perusahaan untuk dieksekusi pada level unit bisnis, setelah tujuan bisnis disepakati, maka tahap selanjutnya adalah merumuskan dan memutuskan strategi bisnis.

Strategi bisnis tersebut merupakan kombinasi sinergis dari seluruh strategi fungsional yang ada. Dan juga sebaliknya, seluruh strategi fungsional yang telah

dikembangkan haruslah sejalan dan mengarahkan pada strategi bisnis yang dipilih.

### 1.5.2.2 Konsep Strategi Manajemen Surat Kabar

Manajemen surat kabar adalah suatu usaha atau cara untuk mengelola media cetak berupa koordinasi dengan unsur-unsur yang terkait didalamnya. Menurut Totok Djuroto (2004:18) manajemen media pers mencakup empat bidang, yaitu bidang redaksi, bidang percetakan, bidang pemasaran dan bidang iklan.

- a. Bidang redaksi adalah yang mengatur cara penyampaian isi pernyataan dalam surat kabar. Bidang redaksi juga mengisi surat kabar yang mengenai berita dan pendapat setiap terbit, yang dapat menarik hati para pembaca. Sasaran bidang redaksi ini adalah menyediakan tiap terbit *copy* berita, *copy* pendapat dan *lay-out* sesuai dengan tujuan yang ditetapkan (Soehoet, 2002: 43).
- b. Bidang percetakan merupakan bagian terpenting dalam suatu strategi media cetak, meskipun tidak semua penerbit surat kabar mempunyai percetakan sendiri. Sasaran dalam bidang percetakan yaitu menyusun tata letak, mencetak *copy* berita sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan oleh rapat pemegang saham.
- c. Sementara dalam bidang pemasaran pasti memiliki tujuan, strategi dan sumber daya, menurut Kotler (1996:89) strategi pemasaran ada 3 yang harus dicapai yaitu:
  1. Segmentasi

Segmentasi adalah strategi untuk mengidentifikasi dan membuat profil dan kelompok-kelompok pembeli yang memiliki kebutuhan-kebutuhan yang berbeda atas produk pemasaran.

## 2. *Targetting*

*Targetting* adalah bagaimana memilih satu atau segmen yang akan dibidik.

## 3. *Positioning*

*Positioning* adalah tindakan merancang pemasaran dan citra perusahaan atau produk sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang jelas dan mengandung arti dalam bentuk konsumen sasarannya.

- d. Bidang iklan tentunya surat kabar berlomba-lomba untuk mendapatkan iklan yang banyak, ini bertujuan agar surat kabar bertahan, karena hidupnya sebuah surat kabar berasal dari iklan. Tentunya setiap surat kabar mempunyai strategi agar yang mempunyai iklan disurat kabar tersebut banyak. Bidang iklan ini adalah suatu proses komunikasi yang melibatkan sponsor tertentu, yakni pemasang iklan yang membayar jasa sebuah media massa atau penyiaran iklannya. Periklanan seringkali menjadi perhatian yang sangat penting karena selain posisinya yang strategis yang mampu menjangkau konsumen secara luas juga memerlukan biaya yang cukup besar.

### 1.5.2.3 Teori Hirark Pengaruh Isi Media

Teori hirarki pengaruh isi media diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori ini menjelaskan tentang pengaruh terhadap isi dari suatu pemberitaan media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (individual level), pengaruh dari rutinitas media (media routines level), pengaruh dari organisasi media (organizational level), pengaruh dari luar media (outside media level), dan yang terakhir adalah pengaruh ideologi (ideology level).

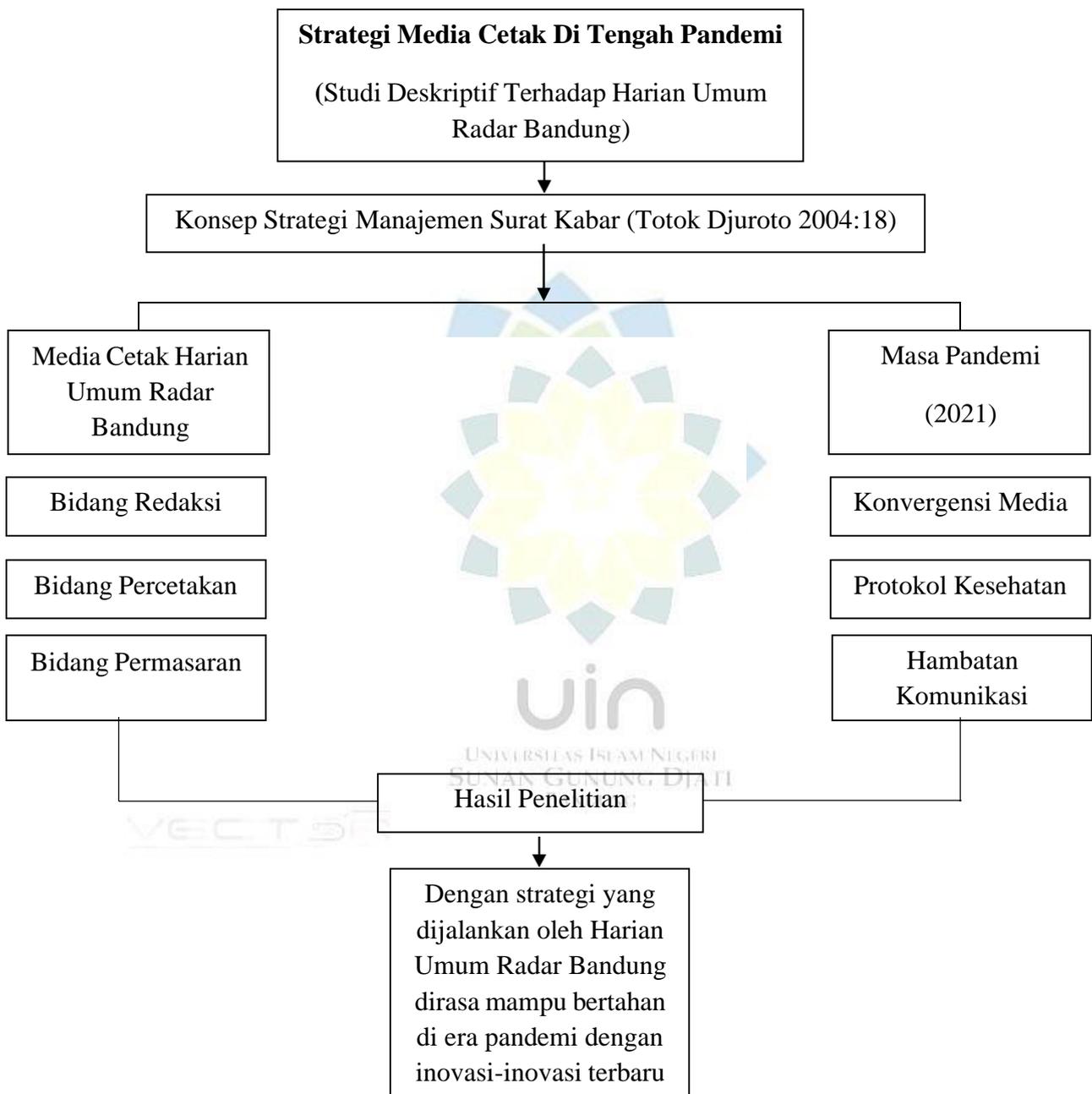
Asumsi dari teori ini adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Pengaruh internal pada konten media sebenarnya berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada konten media berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya. Stephen D. Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media.

Dengan kata lain, isi atau konten media merupakan kombinasi dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber nonmedia, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, pemasang iklan dan sebagainya.

### 1.5.2.4 Skema Penelitian

Tabel 1.2

#### Skema Penelitian



## 1.6 Langkah-langkah Penelitian

Dalam penelitian ini, akan dilaksanakan dengan menempuh langkah-langkah sebagai berikut:

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Harian Umum Radar Bandung Intermedia, Jl. Ibrahim adjie No.95 (Kiaracondong) Bandung 40272. Telepon: 022 - 7233819/7238058.. Lokasi tersebut diambil dengan alasan bahwa PT. Harian Radar Bandung Intermedia tepat dijadikan lokasi penelitian karena mampu bertahan dan tetap eksis ditengah merebaknya wabah pandemi covid-19. Selain itu Radar Bandung juga merupakan lokasi penulis melakukan *job training* sehingga memudahkan melakukan penelitian.

### 1.6.2 Paradigma Penelitian

Paradigma ini menggunakan paradigma interpretatif. Pendekatan interpretatif beraangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi. (Newman, 1997: 68).

Paradigma ini menekankan pada ilmu bukanlah didasarkan pada hukum dan prosedur yang baku, setiap gejala atau peristiwa memiliki makna yang berbeda: ilmu bersifat induktif, berjalan dari yang spesifik

menuju ke yang umum dan abstrak. Ilmu bersifat idiografis, artinya ilmu mengungkap realitas simbol-simbol dalam bentuk deskriptif. Pendekatan interpretatif pada akhirnya melahirkan pendekatan kualitatif.

### 1.6.3 Pendekatan Penelitian

Kualitatif merupakan prosedur menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007: 3). Pendekatan kualitatif yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/ utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*).

Penelitian ini dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh penelitian dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna (Sugiono, 2013:7-8).

Peneliti memilih pendekatan kualitatif sebab, dengan menggunakan pendekatan kualitatif penulis dapat mengamati subyek secara langsung, mengembangkan definisi mereka terkait dengan fokus penelitian. Jadi, dengan hal tersebut peneliti dapat mengumpulkan data

dengan cara observasi, turun ke lapangan, melakukan wawancara mendalam, tidak terstruktur, dengan beberapa informan, dan dokumentasi. Namun dengan kondisi seperti ini maka peneliti memutuskan melakukan observasi tidak langsung turun ke lapangan melainkan melalui online.

#### **1.6.4 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus, karena dengan metode ini dianggap bisa mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci. Metode studi kasus memiliki pengambilan data yang mendalam dan menyertakan berbagai sumber informasi, dan penelitiannya dibatasi oleh waktu, tempat, dan kasus yang dipelajari berupa program, peristiwa, aktivitas, dan individu. Metode studi kasus dipilih karena fokus masalah yang akan diteliti adalah terkait strategi persaingan media online. Definisi studi kasus sebagai suatu strategi penelitian. Definisi yang paling sering dijumpai tentang studi kasus semata-mata mengulangi jenis-jenis topik yang aplikatif. Sebagai contoh, dalam kata-kata seorang pengamat diketengahkan.

Esensi studi kasus, kecenderungan utama dari semua jenis studi kasus, adalah mencoba menjelaskan keputusan-keputusan tentang mengapa studi tersebut dipilih, bagaimana mengimplementasikannya, dan apa hasilnya (Schram, 1971, dalam Robbert K. Yin, 2002:17).

Definisi ini dengan demikian menonjolkan topik "keputusan" sebagai fokus utamanya. Sejalan dengan itu topik-topik lain juga ditemukan, mencakup organisasi, proses, program, lingkungan, institusi, dan bahkan peristiwa. Studi kasus diarahkan seperti mengkaji kondisi, kegiatan, perkembangan serta faktor-

faktor penting yang terkait dan menunjang kondisi dan perkembangan tersebut. Diharapkan dalam penelitiannya nanti akan menghimpun data yang diperoleh dari informan dan menganalisa hasilnya.

Terkait dengan hal itu, peneliti menyuguhkan fakta yang ada dengan memaparkan fakta yang ada dilapangan sesuai dengan hal yang peneliti temukan di lapangan sehingga, metode deskriptif kualitatif digunakan. Hasil yang telah didapatkan oleh peneliti akan akan dipaparkan secara gambling sesuai dengan yang ditemukan di lapangan. Maka peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai cara untuk menjelaskan secara menyeluruh bagaimana Strategi Bisnis Media Cetak ditengah Pandemi , dalam hal ini tentunya diharapkan dapat memberkan solusi atas tantangan tersebut.

## **1.6.5 Jenis dan Sumber Data**

### **1.6.5.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Bentuk dari data kualitatif berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, analisis dokumen atau diskusi terfokus. Bentuk lainnya dari data kualitatif adalah gambar atau rekaman video. Data kualitatif bersifat abstrak dan berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang harus diteliti. Oleh sebab itu peneliti harus benar memahami kualitas dari objek yang diteliti.

### **1.6.5.2 Sumber Data**

Sumber data yakni terbagi dua adalah:

1. Sumber data primer, sebuah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber, yaitu pihak yang menjadi informan penelitian. Informan penelitian yang menjadi sumber data primer ditentukan dengan metode purposive sampling. Kriteria penentuan informan penelitian didasarkan pada pertimbangan kedudukan/jabatan, kompetensi dan penguasaan masalah yang relevan dengan obyek penelitian Radar Bandung Intermedia.
2. Sumber data sekunder, sebuah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, melalui media perantara. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang telah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

## **1.6.6 Penentuan Informan**

### **1.6.6.1 Informan**

Narasumber *key person* dalam penelitian ini adalah Redaktur dari Radar Bandung Intermedia yang dirasa kompeten dan memiliki kredibilitas yang mumpuni dengan pengetahuan seputar perkembangan Radar Bandung. Narasumber kedua dalam penelitian ini adalah koordinator liputan, bidang percetakan dan pemasaran dari Radar Bandung Intermedia. Selanjutnya narasumber ketiga dalam penelitian ini adalah wartawan dari media cetak Radar Bandung Intermedia.

### **1.6.6.2 Teknik Penentuan Informan**

Penentuan dari informan menggunakan pertimbangan *key person*, dimana tentunya *key person* ini merupakan seorang yang memahami objek penelitian secara kompeten. Sehingga penelitian ini membutuhkan *key person* untuk melakukan wawancara dan observasi dalam penggalan data. Jumlah informan yang dibutuhkanpun disesuaikan dengan kebutuhan dari data yang ingin diketahui.

### **1.6.7 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1.6.7.1 Teknik Wawancara**

Wawancara merupakan teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini. Wawancara merupakan sebuah sesi tanya jawab antara informan dengan peneliti dalam durasi waktu tertentu guna memenuhi kebutuhan data yang diperlukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini wawancara akan lebih terfokus kepada informan yang terkait strategi media cetak Harian Umum Radar Bandung, dengan informan bidang redaksi, bidang percetakan dan bidang pemasaran yang dianggap kompeten dalam memberikan penjelasan mengenai topik penelitian juga menjawab pertanyaan penelitian tentang strategi media cetak dimasa pandemi. Keuntungan menggunakan teknik wawancara ini adalah akan mendapatkan data pribadi yang lebih baik antara pewawancara dengan narasumber.

#### **1.6.7.2 Teknik Observasi**

Teknik observasi didasarkan atas pengalaman secara langsung. Jika suatu data yang diperoleh kurang menyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakan

kepada subyek. Tetapi karena peneliti ingin memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, jalan yang ditempuhnya adalah mengamati sendiri dan mengalami langsung peristiwanya. Teknik observasi juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemungkinan mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.

Observasi digunakan untuk lebih memahami informan yang terpilih, agar bisa memberikan pandangan yang maksimal. Data diperoleh berkat adanya penelitian dilapangan dengan mengadakan pengamatan secara langsung (Nasution, 2003:59). Lokasi Observasi di kantor Harian Umum Radar Bandung Intermedia, Jl. Ibrahim adjie No.95 (Kiaracondong) Bandung.

### **1.6.7.3 Dokumentasi**

Dalam sebuah penelitian dokumentasi dirasa penting dalam memvalidasi kebenaran penelitian serta untuk menunjang kebutuhan penelitian. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari informan. Selain itu data juga didapatkan dari buku-buku referensi, jurnal ilmiah, serta orang yang ahli dalam permasalahan yang diteliti. Serta website dari laman portal online radar bandung.

### **1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Pada penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Pengertian triangulasi sendiri adalah pengujian kredibilitas atau pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu (Sugiyono, 2009:125). Selanjutnya dalam penelitian ini, upaya yang

dilakukan dalam memenuhi pengecekan keabsahan data dengan menggunakan sumber yaitu berupa hasil wawancara dan observasi maupun dokumen-dokumen yang diperoleh dari Harian Radar Bandung.

### **1.6.9 Teknik Analisis Data**

Sebelum dilakukan analisis data, maka terlebih dahulu semua data mentah telah tersedia, hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, aktivitas dalam analisis penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan beralngsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh (Sugiyono. 2009:91).

Teknik analisis data Model Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2009:95) berjudul Metode Penelitian Kualitatif sebagai berikut:

#### **1. Reduksi Data**

Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penelitian dalam aspek pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data dalam penelitian ini adalah menyiapkan keperluan serta mengumpulkan data yang telah diobservasi sebelumnya untuk keperluan penelitian ini. Selanjutnya data yang telah diperoleh, diolah dan selanjutnya dipilih sesuai dengan keperluan data penelitian.

#### **2. Data Display atau Penyajian Data**

Setelah data direduksi maka selanjutnya dilakukan penyajian data dengan menggunakan table, grafik, phie card, picrograf dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dipahami.

Dapat disimpulkan sajian data adalah suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk pembuatan kesimpulan atau tindakan yang diusulkan. Sajian data dalam penelitian ini adalah data yang telah didapatkan setelah melakukan penelitian terhadap mediamorfosis atau tahapan perkembangan bentuk media cetak ke media online pada Harian Pagi Radar Bandung lalu disajikan dalam pembahasan penelitian dengan menjawab berbagai pertanyaan dari rumusan masalah.

### 3. Conclusion Drawing/Verifikas

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori.

## 1.7 Rencana Penelitian

