

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media massa diawali dengan ditemukannya media cetak dan terus mengalami perkembangan selama abad 20 hingga kini. Media massa mencapai puncak kejayaan di abad 20 hingga dikenal juga sebagai abad komunikasi massa . memasuki abad ke 21, media massa mulai menggunakan internet untuk menyebarkan berita dan informasi kepada khalayak yang jauh lebih luas.

Perkiraan awal mengenai kematian komunikasi massa ini berdasarkan keyakinan bahwa ‘ media baru’ yang muncul pada akhir abad ke 20 pada akhirnya akan terbukti mengungguli segala bentuk media massa tradisional (terutama surat kabar). Hipotesis itu sendiri tidak sejalan dengan pelajaran dari sejarah media yang telah menunjukkan kekuatan dari berbagai bentuk media yang berbeda, beradaptasi dan bertahan dalam lingkungan baru. Saat ini merupakan giliran media massa tradisional untuk beradaptasi dengan teknologi baru dalam kondisi sosial, ekonomi dan budaya yang telah berubah<sup>1</sup>.

Sebelumnya Media cetak berperan penting dalam peradaban manusia. Berbagai peristiwa bersejarah tak lepas dari pengaruh media cetak. Perang Dunia II pada tahun 1939 banyak mengikutsertakan media cetak di dalamnya. Media cetak digunakan sebagai sarana propaganda. Banyak Negara yang terlibat perang menggunakan media cetak berupa koran dan selebaran untuk mempengaruhi pihak kawan maupun lawan. Sangat efektif sehingga pada akhirnya banyak pihak yang mengukung perdamaian karena terpengaruh konten dalam media cetak tersebut. Peran media cetak pada saat itu sangat fatal. Hingga Napoleon Bonaparte mengatakan, wartawan itu cerewet, pengecam, penasihat, pengawas.

Keyakinan terhadap kekuatan media massa awalnya berdasarkan penelitian atas jangkauan serta dampak media yang besar, terutama yang

---

<sup>1</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Putri Iva Izzati (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2011),Hlm1

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkaitan dengan pers surat kabar (*newspaper*) yang baru dan perpuler. Menurut DeFleur dan Ball-Rokeach (1989), sirkulasi surat kabar di Amerika Serikat mencapai puncaknya pada tahun 1910, walaupun hal terjadi kemudian di Eropa dan bagian dunia lainnya<sup>2</sup>.

Indonesia turut merasakan pengaruh luar biasa dari adanya media cetak. Zaman penjajahan yang keras dan ganas dapat dikalahkan dengan ‘peluru’ kata-kata yang terdapat dalam media cetak. Para elit politik dan pemimpin menyuarakan semangat mereka dan mengajak seluruh rakyat melawan penjajah yang disebarkan melalui media cetak. Hasilnya tepat. Indonesia bersatu, Indonesia bangkit, Indonesia melawan para penjajah dan mengusir mereka dari negeri tercinta.

Media cetak juga turut menyumbangkan perannya dalam reformasi. Turunnya presiden Soeharto dari kursi kepemimpinannya tak lepas dari pengaruh media cetak. Para wartawan gencar ‘menyerang’ pemerintah lewat koran pagi dan sore. Mahasiswa melontarkan kata-kata perjuangan yang disuarakan lewat media cetak. Rakyat Indonesia membaca. Semua sadar dan terhentak. Dan ajakan lewat media cetak itu membawa Indonesia pada gerbang reformasi

Media cetak semakin menunjukkan eksistensinya di dua dekade terakhir. Tiada peristiwa penting yang terlewatkan oleh media cetak, semua tertulis. Media cetak menjadi saksi bisu atas peradaban manusia, juga atas pemasaran Indonesia. Terdapat banyak produk media cetak yang beredar di kalangan masyarakat. Koran sudah tentu menjadi primadona. Belasan, bahkan puluhan perusahaan percetakan koran yang bersaing mendapatkan hati masyarakat. Banyak yang mulus, namun tidak sedikit yang berhenti turun cetak karena kurangnya biaya operasional.

Media cetak beramai-ramai menerbitkan *edisi* online di dunia maya. Berbagai redaksi media cetak sepertinya telah mengetahui adanya ancaman besar terhadap media konvensional<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> *Ibid.* Hlm56.

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Sosologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana,2011),Hlm,366

Pemasaran internet telah memungkinkan persebaran informasi di seantero jagat. Untuk mengakses sebagian besar surat kabar cetak bisa melalui website mereka di internet, bukan hanya itu berbagai klip dari media massa elektronik seperti Radio dan Televisi dapat dibuka dari internet. Yang menarik pula kini muncul surat kabar elektronik yang berperan sebagai surat kabar atau majalah yang dalam beberapa jam saja kita dapat mengikuti berbagai perubahan pemasaran suatu berita.<sup>4</sup>

Media online semakin memikat hati masyarakat, khlayak mulai beralih dari media cetak ke media online untuk mendapatkan informasi. Pemasaran media online sudah seperti sebuah kota, *internet* berkembang menjadi lebih kompleks dan komplit. hanya dengan mengetik *key word* dalam kolom *search engine*, kita dapat menemukan semua informasi yang dibutuhkan. Hanya dalam hitungan menit kita dapat mengetahui informasi apa saja yang sedang terjadi baik di Indonesia maupun di dunia, semenjak adanya internet masyarakat tidak lagi harus menunggu waktu sehari, seminggu, bahkan sebulan untuk mendapatkan informasi, selain *up to date* media online juga mudah diakses, hanya dengan satu genggaman masyarakat dapat mengetahui semua informasi<sup>5</sup>.

Dalam beberapa tahun belakangan, mimpi buruk itu benar-benar terjadi. Media cetak mulai berguguran. Di Negara-negara maju dengan tingkat kesadaran membacanya sangat tinggi, justru keguguran media cetak sangat signifikan, sebaliknya dinegara-negara yang kegemaran membaca masyarakatnya yang rendah (katakanlah seperti Indonesia) justru media cetak masih tetap bertahan. Suatu contoh media cetak Chicago Tribune sekarang gulung tikar dan memutuskan untuk hanya menerbitkan versi onlinenya. Bahkan seniornya yang sudah berumur 176 tahun, Sattle Post Intelegencier juga mengikuti langkah Tribune<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Alo Liliwari, *Komunikasi Serba ada Serba makna*, (Jakarta: Kencana Media Prenada Group, 2011), hlm.920

<sup>5</sup> NE Jiwanggi, "<http://e-journal.uajy.ac.id/1422/2/1KOM03453.pdf>" (diakses pada tanggal 5 Desember 2012 Pukul 10.00)

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2011), 366

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Menjamurnya media online menyebabkan beberapa media cetak gulung tikar. Koran-koran seperti, *Los Angeles Time*, *The Rocky Mountain News*, *Philladelphia Inquiry*, *Baltimore Examinier*, *Kentucky Post*, *King Country*, *Cincinnati Post* dan masih banyak lagi Koran-koran besar AS, semuanya sedang menanti keputusan untuk hidup. Sebagian dari Koran-koran itu pindah ke media online. Dalam pertemuan dengan para wartawan Jerman di Bonn, tahun 2003, sekitar 13.000 wartawan Jerman di PHK, dan beberapa media lokal melakukan merger untuk bertahan hidup. Gelombang PHK juga menerpa Asia, *The China Taims* melepas separuh stafnya pada Juli 2008<sup>7</sup>.

Tidak hanya media cetak luar negeri saja yang mengalami penutupan media cetak. Indonesia juga mengalami gulung tikar seperti Koran-koran luar negeri diantaranya Sinar Harapan. Koran yang pertama kali terbit 27 April 1961 ini resmi tak lagi terbit per 1 Januari 2016. Sinar Harapan merupakan media besar di dekade tahun 1980-an. Pada awal berdiri, oplah Sinar Harapan hanya sekitar 7.500 eksemplar. Namun pada akhir tahun 1961, oplahnya melonjak menjadi 25.000 eksemplar. Seiring dengan berjalannya waktu, Sinar Harapan terus berkembang menjadi koran nasional terkemuka serta dikenal sebagai 'Raja Koran Sore'. Sinar Harapan pernah dibredel pada 1986. dan kembali terbit pada 2001 dan terus mengibarkan bendera hingga 2015. Namun, akibat tiadanya iklan dan hutang mencapai Rp 1,1 miliar, serta kegagalan mendapatkan investor baru, maka Sinar Harapan memilih berhenti<sup>8</sup>.

Jumlah media online di Riau semakin meningkat setiap tahunnya, tak diragukan lagi bila persaingan antara media online dan media cetak semakin memanas, ditambah peningkatan pembaca portal berita online semakin bertambah. Media online mengalami peningkatan pembaca hingga 500 persen sedangkan media cetak mengalami penurunan pembaca hingga 30 persen, hal tersebut diungkapkan oleh Yoseph Adi Prasetyo saat menjadi pembicara pada Rakernas Serikat Media Siber Indonesia (SMSI) pada tahun 2017<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> *Ibid.* Hlm 367

<sup>8</sup> <http://m.antaranews.com/berita/537719/sinar-harapan-di-hari-terakhir-2015>

<sup>9</sup> <http://www.google.co.id/amp/s/www.riaumandiri.co/amp/detail/52890/ketua-dewan-per-pembaca-berita-cetak-turun-30-persen,-media-online-naik-500-persen.html>

Dampak media online juga dirasakan oleh media cetak Haluan Riau, eksisnya media online membuat media Haluan Riau mengalami penurunan oplah. Media cetak yang berdiri pada 21 Agustus 2000 di bawah naungan Basko grub merupakan salah satu media terbesar di Riau, pada tahun 2003 oplah Haluan Riau mencapai 19,970 eksemplar/hari, dan mengalami kenaikan oplah pada tahun 2010 mencapai angka 38,500 eksemplar/ hari. Namun pada tahun 2013 hingga sekarang Haluan Riau mengalami penurunan oplah yang signifikan.

Beberapa pengamat mengatakan abad internet merupakan era kejatuhan media cetak. Meski pendapat ini masih menjadi perdebatan, fakta menunjukkan banyak media cetak yang kehilangan pembaca secara signifikan dan Sejumlah media cetak dunia mulai berjatuh.

Dikutib dari berita GoRiau 28 Agustus 2014 Dalam diskusi yang diselenggarakan oleh Forum Diskusi Publik, yang membahas bagaimana nasib media cetak di Indonesia di masa yang akan datang sangat mengkhawatirkan. Dimana industri Koran akan tereliminasi dengan sendirinya oleh perkembangan dunia digital.

Diskusi yang dihadiri oleh praktisi media ini mengupas tentang ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan media cetak, elektronik, online dan media sosial di tahun 2015. Dalam diskusi Satria Batubara, Syafriadi selaku Ketua Serikat Penerbit Pers (SPS) menjelaskan perkembangan media online di Riau sangat pesat. Bahkan, dalam beberapa tahun terakhir jumlahnya sudah mencapai ratusan.

Senada dengan itu Hasan Basril selaku pimpinan Redaksi Media online GoRiau mengatakan kehadiran media online akan mampu mengalahkan media cetak. Sebab, sebuah Informasi dan peristiwa tidak menunggu waktu besok untuk disampaikan ke masyarakat.

Merujuk kepada latar belakang yang penulis sampaikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul ***“Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau”***.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dari penelitian ini, maka penulis perlu memaparkan beberapa istilah yang penting agar tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran.

### 1. Eksistensi

Eksistensi berasal dari kata latin yaitu *existere* yang memiliki arti muncul, ada, timbul, dan berada. Hal ini kemudian melahirkan empat penjelasan baru

a. Eksistensi adalah apa yang dimiliki

b. Eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dengan penekanan bahwa sesuatu itu ada.

Eksistensi dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) artinya hal berada atau keberadaan.

### 2. Media Online

Media online adalah saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa di akses dengan koneksi internet disebut media online.

Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Media juga berarti perantara, penghubung, dll.

Online dalam bahasa Indonesia berarti *daring* karena itu media online disebut juga dengan media daring.

Daring artinya dalam jaringan, terhubung melalui jaringan komputer, internet dan lainnya.

### 3. Pemasaran

Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran tujuan individu dan organisasi<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Roger Gates, Rambat Lupiyoadi (penerjemah), *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salembah Empat 2001) Hlm 5

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran kegiatan menciptakan, mempromosikan, dan mengantarkan barang dan jasa kepada konsumen dan bisnis. Berdasarkan pengertian sosialnya dimana individu/kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran secara beban nilai produk serta jasa dengan pihak lainnya. Sedangkan pengertian menurut manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan pelaksanaan, gambaran, harga, promosi, dan distribusi dari ide serta jasa untuk untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi.

#### 4. Media Cetak

Atau juga dikenal dengan surat kabar adalah satu bentuk khusus teks yang bisa disebut sebagai *sinteks*, ini karena tidak ada kata yang lebih tepat. Ini bisa didefinisikan sebagai teks yang menanamkan keterhubungan pada teks yang tampak bersifat acak hanya dengan mengorganisasikan semuanya. Dalam hal ini surat kabar memberikan jaminan bahwa di dalam segala sesuatu terdapat suatu tujuan tunggal, dengan menggabungkan cerita-cerita kriminal, laporan kecelakaan, ulasan film dan buku, iklan dan banyak hal yang membangun kehidupan sehari-hari<sup>11</sup>.

Surat kabar dianggap sebagai bentuk inovasi yang lebih baik dari pada buku yang dicetak, yaitu penemuan bentuk literatur, sosial, dan budaya baru. Bahkan jika saat itu belum disadari. Keunggulannya adalah jika dibandingkan dengan bentuk komunikasi budaya yang lain, terletak pada orientasinya kepada individu dan kepada realitas, kegunaannya, sifatnya yang secular, dan cocok bagi kebutuhan kelas yang baru<sup>12</sup>.

#### 5. Haluan Riau

PT. Inti Kharisma Mandiri Riau (KMR) Pekanbaru, didirikan pada hari Kamis tanggal 21 Agustus 2000 berdasarkan Akta Notaris No, 20, yang

<sup>11</sup> Marcel Danesi, *understanding media semiotics*, terj A Gunawan Admiranto, (Yogyakarta: Jalasutra 2010)Hlm.84

<sup>12</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Putri Iva Izzati (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2011),Hlm 30

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bernama Eddy Sumantri, SH di Pekanbaru ini berkedudukan di Jln. Tuanku Tambusai No 7 Pekanbaru. Seiring dengan berjalannya waktu, Harian Umum Riau Mandiri berubah Nama menjadi Haluan Riau, hal ini disebabkan terjadi pembelian saham oleh Pimpinan Umum Riau Mandiri yaitu H. Basrizal Koto, terhadap perusahaan Sumbar mandiri yang sebelumnya sempat terdiam.

### C. Ruang Lingkup Kajian

Untuk memperjelas masalah yang akan diteliti agar tidak meluas dan terfokus, maka penulis merasa perlunya dibuat batasan masalah. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas didalam penelitian ini adalah “*Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau*”. Dalam penelitian ini penulis terfokus pada media cetak Haluan Riau, sejauh mana keberadaan media online berpengaruh terhadap pemasaran media cetak Haluan Riau, dampak seperti apa saja yang dirasakan oleh media Haluan Riau ditengah persaingan dengan media Online.

### D. Permasalahan

#### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, keberadaan media online yang berdampak terhadap pemasaran media cetak, maka dapat diambil suatu gambaran masalah yang mencangkup permasalahan ini yaitu:

- a. Pengaruh eksistensi media online terhadap khalayak media cetak Haluan Riau
- b. Pengaruh eksistensi media online terhadap oplah media cetak Haluan Riau
- c. Pengaruh eksistensi media online terhadap pemasukan iklan media cetak Haluan Riau
- d. Pengaruh eksistensi media online terhadap pemasaran media cetak Haluan Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Batasan Masalah

Untuk mewujudkan penelitian yang terarah, sistematis dan terukur, Penulis sudah menetapkan rumusan masalah yang akan menjadi *core* dari penelitian ini. Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana “*Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau*”

## 3. Rumusan Masalah

Untuk mewujudkan penelitian yang terarah, sistematis dan terukur, Penulis sudah menetapkan rumusan masalah yang akan menjadi *core* dari penelitian ini. Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana “*Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau*”

## E. Tujuan Penelitian

Setelah menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka Penulis juga menetapkan tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini. Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui :

Untuk mengetahui Eksistensi media online terhadap pemasaran media cetak Haluan Riau

## F. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat sebagai referensi kenyataan dilapangan bagaimana media online mempengaruhi pemasaran media cetak khususnya di Pekanbaru.
- b. Sebagai sumbangan pemikiran terkait Eksistensi media online terhadap pemasaran media cetak.
- c. Untuk memenuhi syarat akhir memperoleh gelar Sarjana (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi di UIN Suska Riau

### 2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi Komunikasi, terlebih bagi mahasiswa UIN Suska Riau jika menanggapi masalah yang sejenis, yaitu tentang “*Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau*”

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Pembaca mengetahui dampak kehadiran media online terhadap pemasaran media cetak.
- c. Sebagai masukan media cetak untuk memanfaatkan keberadaan media online yang semakin berkembang.

## G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam menelaah dan memahami isi penelitian ini, maka penulis menyusun penelitian ini kedalam enam bab yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan masalah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Pada permasalahan dibagi lagi menjadi identifikasi masalah, batasan masalah dan rumusan masalah.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada metodologi penelitian terdapat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data informasi, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, yaitu gambaran umum media cetak Harian Umum Haluan Riau

### **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan analisis penelitian tentang Eksistensi Media Online Terhadap Pemasaran Media Cetak di Pekanbaru.

### **BAB VI : PENUTUP**

Pada penutup berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**