

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.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²² Sedangkan menurut para ahli, Ansoff mengemukakan, strategi adalah aturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan garis pedoman. Strategi juga disebut bisnis perusahaan.²³

Kemudian, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjuk arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi juga didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang akan diambil bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. Dalam merumuskan suatu strategi, memperlihatkan berbagai faktor yang sifatnya kritical, yaitu :

- a. Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi/perusahaan
- b. Mengembangkan profil tertentu bagi organisasi, artinya menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dimiliki suatu organisasi.

²² Anton M Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991) hal 964.

²³ Supriyono, R.A, *Manajemen Strategi dan Kebijakan*, (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, 1990) hal 8.

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.

- c. Pengenalan tentang lingkungan yang akan organisasi tersebut berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau harus dihadapi, apabila organisasi tersebut tidak hanya ingin melanjutkan eksistensinya, tetapi juga untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerjanya.²⁴

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi adalah sebagai berikut :

1. Kredibilitas (*Credibility*), komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan *respect*.
2. Konteks (*Context*), menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial. Pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap yang partisipatif. Komunikasi diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan media massa.
3. Isi (*Content*), pesan yang menyangkut kepentingan orang banyak atau publik sehingga informasi yang diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
4. Kejelasan (*Clarity*), pesan yang disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara pemberi dan penerima pesan paham akan isi pesan yang jelas.
5. Kontinuitas dan konsistensi (*Continuity and consistency*), komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dengan berbagai macam variasi dalam penyampaian pesannya. Dengan demikian akan mempermudah proses belajar dalam menyampaikan pesan agar dapat terus berkelanjutan.
6. Saluran (*Channels*), menggunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran.
7. Kapabilitas khalayak (*Capability of audience*), memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi

²⁴ Sondang P, Siagian, *Manajemen Strategi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000) hal 16.

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.

efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan.²⁵

2. Strategi Media Cetak

Kategori dan sarana media dipilih dengan tujuan membangun ekuitas jangka panjang suatu merek. Memilih media dan sarana, dalam berbagai kaitan, merupakan yang paling sulit dari semua keputusan komunikasi pemasaran karena banyaknya keputusan yang harus dibuat. Selain menentukan kategori media umum mana yang akan digunakan (Misalnya surat kabar, televisi, radio, majalah), perencana media juga harus memilih sarana khusus dalam setiap media dan memutuskan mengalokasikan anggaran yang ada diantara berbagai alternative media dan sarana.

Perencanaan media meliputi proses penyusunan rencana penjadwalan yang menunjukkan bagaimana waktu dan ruang periklanan akan mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran menyeluruh (Terdiri dari identifikasi pasar sasaran dan seleksi bantuan pemasaran) memberi tekanan dan arah pilihan pemasangan iklan serta strategi media. Strategi periklanan meliputi tujuan periklanan, anggaran, dan pesan serta strategi media secara alamiah biasanya lebih luas dari keseluruhan strategi pemasaran.

Strategi media perlu dikembangkan dari strategi media yang lebih umum. Strategi media itu sendiri terdiri dari empat kegiatan yang saling berkaitan. Diantaranya memilih audiens, menspesifikasi tujuan media, memilih kategori media dan sarana, serta membeli media.²⁶

3. Redaksi

Redaksi ialah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, *online*) yang bertugas menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita

²⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005) hal

²⁶ Jurnal, Sebastian-nomor1.blogspot.co.id strategi-media. Diakses tanggal 17/2/2019

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.

melalui berbagai pertimbangan, diantaranya bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi dan kebenaran tulisan. Secara garis besar, keredaksian dibagi menjadi :

a. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi ialah orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan pers. Sesuai dengan Undang-undang Pokok Pers pemimpin redaksi bertanggung jawab jika ada tuntutan hukum yang disebabkan oleh isi pemberitaan pada penerbitannya.²⁷ Selain itu, pemimpin redaksi juga bertanggung jawab pada pekerjaan yang terkait dengan perencanaan dalam laporan berita. Selain itu, ikut memimpin rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang diangkat, peristiwa mana yang ditanggguhkan. Dengan kata lain, tugas dari pemimpin redaksi adalah menentukan kebijakan isu media.

Pada hakikatnya, dalam sudut pandang manajemen, pemimpin redaksi adalah manajerbagi pemberitaan media. Fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasasn dalam manajemen pemberitaan menjadi tanggung jawab pemimpin redaksi.²⁸

b. Wakil Pemimpin Redaksi

Wapemred merupakan orang yang membantu pemimpin redaksi dalam tugas-tugas keseharian serta sekaligus sebagai pelaksana tugas.²⁹

c. Sekretaris Redaksi

Sekretaris redaksi adalah orang yang bertanggung jawab atas perencanaan, pengadaan, pengembangan dan keuangan redaksi. Ia juga bertanggung jawab untuk mengawasi kinerja wartawan dan membuat evaluasi hasil kerjanya.

²⁷ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000)

²⁸ Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa* (Yogyakarta: Buku Litera, 2014) hal 59.

²⁹ Ibid, hal 59.

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.

d. Redaktur Pelaksana

Merupakan jabatan yang dibentuk untuk membantu pemimpin redaksi dalam melaksanakan tugas-tugas keredaksiannya. Jumlah personil redaktur pelaksana antara satu penerbitan dengan penerbitan lainnya tidak sama. Ada yang cukup satu, dua orang atau bahkan tanpa redaktur pelaksana.³⁰ Pelaksanaan tugas sehari-hari redaktur pelaksana mengatur pelaksanaan tugas sesuai dengan yang digariskan oleh pemimpin redaksi. Dalam keadaan tertentu, redaktur pelaksana bisa membebaskan tugas kepada para redaktur halaman (editor) sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tanggung jawab redaktur pelaksana adalah langsung kepada pemimpin redaksi.³¹

Redaktur pelaksana juga harus berkemampuan untuk memutuskan berbagai berita utama harus ditempatkan di halaman mana. Selain itu, ia juga bisa membuat kebijakan redaksi yang tentunya sudah melalui proses diskusi dengan pemimpin redaksi.

e. Redaktur

Redaktur biasanya petugas yang bertanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Itu sebabnya, ada sebutan redaktur halaman atau redaktur bidang. Keduanya sama saja karena yang membedakan hanya sebutannya saja. Misalnya, tiap lembar surat kabar ada yang dinamakan halaman kota, halaman daerah, halaman internasional, halaman seni dan sebagainya. Penanggung jawab halaman atau bidang inilah yang disebut redaktur atau editor.

Banyaknya redaktur pada tiap penerbitan pers tergantung dengan banyaknya halaman atau bidang yang disajikan oleh penerbitan pers. Penerbitan pers kecil yang terbit dengan beberapa halaman, jumlah redaktornya juga sedikit. Tetapi penerbitan yang memiliki halaman banyak, otomatis memerlukan redaktur yang banyak pula.

³⁰ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000) hal 20.

³¹ Ibid, hal 20.

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.

Tugas redaktur adalah menerima bahan berita, baik dari kantor, wartawan, koresponden, atau bahkan press release dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah dan perusahaan swasta. Bahan berita itu kemudian diseleksi untuk dipilih mana yang layak untuk dimuat dengan segera dan mana yang bisa ditunda pemuatannya.³² Karena banyaknya bahan berita yang diterima oleh redaktur setiap harinya, maka redaktur dibantu oleh asisten yang biasanya disebut dengan subeditor. Subeditor inilah yang mengedit kata demi kata dari bahan berita yang diterimanya, untuk dikemas dan dijadikan berita sesuai dengan gaya pemberitaan penerbitannya. Masing-masing penerbitan baik surat kabar atau majalah memiliki gaya penerbitannya.

f. Wartawan

Wartawan atau reporter adalah seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita untuk disiarkan melalui media massa. Jika wartawan itu menyiarkan beritanya melalui penerbitan surat kabar atau majalah, ia disebut sebagai wartawan media cetak. Tetapi ada juga wartawan yang menyiarkan beritanya melalui radio atau televisi, ia disebut wartawan radio atau wartawan televisi. Dari status pekerjaannya, wartawan dibedakan menjadi tiga. Wartawan tetap, wartawan oembantu dan wartawan lepas (freelance). Wartawan tetap artinya wartawan yang bertugas di satu media massa (cetak atau elektronik) dan diangkat menjadi karyawan tetap di perusahaan itu, istilah karyawan tetap adalah mereka mendapat gaji tetap, tunjangan, bonus, fasilitas kesehatan dan sebagainya. Dalam melaksanakan tugas, wartawan tetap selalu dilengkapi dengan surat tugas (kartu pers).

Wartawan pembantu adalah wartawan yang bekerja di satu perusahaan pers, tetapi tidak diangkat sebagai karyawan tetap. Mereka diberi bonus jika diperlukan, serta diberi tugas berdasarkan kemampuannya. Sedangkan wartawan lepas adalah wartawan yang

³² Ibid, hal 21.

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.

tidak terikat pada satu perusahaan media massa baik cetak ataupun elektronik. Mereka bisa mengirimkan beritanya ke berbagai media massa, jika berita atau tulisannya dimuat, mereka mendapatkan bonus, tetapi kalau tidak, mereka tidak mendapat imbalan apa-apa.

Bagi setiap penerbitan pers, wartawan merupakan ujung tombak dari usahanya. Karena itu, biasanya seorang wartawan dilengkapi dengan peralatan komunikasi yang bisa mendukung tugasnya dalam mencari, mengolah dan mengirim berita.³³

4. Media Cetak

Terdapat berbagai jenis jurnalistik, yakni jurnalistik media cetak dan jurnalistik elektronik. Melalui media jurnalistik ini, proses komunikasi yang dilakukan oleh umat manusia semakin bervariasi. Seseorang dapat memilih jenis yang diinginkan, sesuai dengan kemampuan masing-masing. Termasuk pula dengan mempertimbangkan faktor waktu dengan kemampuan keuangan. Bagi individu yang memiliki kemampuan keuangan yang banyak, dia dapat memiliki segala jenis media jurnalistik tersebut. Sedangkan individu yang kemampuan keuangannya terbatas, dia dapat memilih jenis media jurnalistik yang sesuai dengan keinginannya.³⁴

Media cetak merupakan salah satu jenis media massa yang berbentuk tulisan cetak. Bentuk dari media cetak tersebut diantaranya adalah surat kabar (koran), majalah, tabloid bulletin dan sebagainya. Sebagai media massa, semua informasi yang dimuat dalam media cetak memiliki fungsi yang bermanfaat bagi khalayak. Setiap individu memiliki persoalan hidup yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, kebutuhan hidupnya pun berbeda pula. Untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut, setiap individu mempunyai gaya dan cara tersendiri. Tergantung dengan kesiapannya untuk menghadapi kehidupan yang tidak dapat dilepaskan dari latar belakangnya, baik secara *ideology*, ekonomi, tingkat pendidikan dan pengalaman.

³³ Ibid, hal 22.

³⁴ Haidir Fitra Siagian, *Jurnalistik Media Cetak Dalam Perspektif Islam* (Alauddin University Press, 2013) hal. 3



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.

5. Surat Kabar

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya, serta penekanan isinya dan sebagainya. Dewasa ini surat kabar telah menjadi barang yang sangat penting bagi masyarakat. Bahkan di perusahaan disediakan surat kabar pada ruang tertentu, tak sedikit orang meluangkan waktu untuk membaca surat kabar ditengah kesibukan mereka bekerja. Tentu saja setiap pembaca mempunyai kesetiaan yang berbeda dengan yang lain terhadap rubrik-rubrik yang disajikan media.

Sebagai salah satu bagian dari media cetak, surat kabar merupakan media massa yang tergolong populer dikalangan masyarakat. Baik itu tingkat atas, maupun tingkat bawah. Dalam kamus komunikasi, surat kabar diartikan sebagai lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termassa, aktual, mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca.³⁵

Sementara itu, menurut jenisnya, surat kabar dibagi menjadi surat kabar harian berkala dan surat kabar berkala (Mingguan, dwi mingguan, bulanan dan seterusnya). Juga dapat digolongkan menjadi surat kabar khusus, surat kabar umum.³⁶

Beberapa karakteristik dan sifat dari surat kabar atau koran yang sekaligus dapat membedakannya dengan media cetak lainnya adalah sebagai berikut:

- a. Surat kabar atau koran terdiri dari beberapa lembar kertas. Format surat kabar sedikit lebih sukar ketimbang format lainnya. Dalam halaman surat kabar biasanya memuat sejumlah tulisan. Lembaran-lembaran kertas ini harus ditata dengan baik agar tampak menarik dan mudah dibaca.

³⁵ Andi Bulaeng, *Teori Manajemen dan Riset Komunikasi*, (Jakarta: Narendra, 2002) hal 31.

³⁶ Kurniawan Junaedhie, *Ensiklopedi Pers Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997) hal 257.

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.

- b. Surat kabar tidak dijilid. Pada umumnya uk-uran kertas yang digunakan adalah sekitar 42 cm x 58 cm. Jenis kertas yang digunakan adalah kertas koran. Halaman surat kabar biasanya dibagi atas sejumlah kolom, biasanya tujuh hingga sembilan kolom, pola desain halaman surat kabar belakangan ini banyak menggunakan pola modular. Yang dimaksud dengan pola modular ialah dimana pola dapat membagi masing-masing halaman atas sejumlah bidang persegi empat, bisa membujur dari atas ke bawah, bisa melintang dari kiri ke kanan.
- c. Untuk menghemat biaya produksi, surat kabar menggunakan kertas koran. Jenis kualitas kertas ini sama dengan kertas buram, jenis ini kualitas cetaknya tidak sebaik kualitas cetak majalah yang menggunakan kertas HVS atau sejenis. Karena surat kabar menggunakan jenis kertas yang mutu rendah, amat menyulitkan untuk memberikan warna-warni pada tampilan halaman surat kabar. Akan tetapi pada dewasa ini berkat perkembangan teknologi, penggunaan warna pada tampilan surat kabar sudah semakin populer.³⁷

Sedangkan menurut Karl Batwizh, ada beberapa syarat surat kabar, diantaranya :

- a. Publisitas

Informasi yang disajikan melalui media cetak harus bersifat publisitas. Artinya pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya masyarakat atau khalayak di berbagai tempat. Ini disebabkan karena pesan yang disampaikan tersebut dianggap penting untuk diketahui umum atau menarik untuk diketahui khalayak umum. Semua aktivitas manusia yang menyangkut keentingan umum layak untuk disebarluaskan, pesan yang disampaikan media cetak harus memiliki kriteria tersebut.

³⁷ Haidir Fitra Siagian, *Jurnalistik Media Cetak Dalam Perspektif Islam*(Alauddin University Press, 2013) hal 134

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. Periodisitas

Jika ada satu media cetak yang terbit pertama kali beberapa bulan lalu, dan pada bulan-bulan berikutnya tidak terbit lagi, maka ia tidak termasuk dalam kategori periodisitas. Sebab, periodisitas menunjukkan pada keteraturan terbitnya, apakah diterbitkan setiap hari, secara mingguan atau setiap satu kali dalam satu bulan. Sifat periodisitas sangat penting dimiliki media cetak. Kebutuhan khalayak akan informasi sama halnya dengan kebutuhan manusia akan makan, minum, dan pakaian.

Setiap hari manusia memerlukan informasi. Berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar, dapat dijadikan berita dalam media cetak. Selama ada kehidupan selama itu pula perlu ada berita yang disajikan melalui media cetak. Dalam kenyataannya, ada surat yang terbit beberapa kali, setelah itu tidak terbit lagi. Ini disebabkan banyak faktor, misalnya dana dan sumber daya manusia.

c. Aktualitas

Artinya isi berita tersebut aktual, belum pernah dimuat sebelumnya. Sesuatu yang baru senantiasa ingin dicari oleh khalayak. Rasa ingin tahu kepada yang baru saja terjadi, lebih tinggi daripada terhadap peristiwa yang sudah lama terjadi. Aktualitas juga berarti kekinian dan keadaan sebenarnya. Istilah ini erat kaitannya dengan berita, sebab definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini penting yang menarik minat, atau kedua-duanya bagi sejumlah orang.

d. Universalitas

Universalitas menunjukkan pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari berbagai penjuru dunia. Media cetak mestilah meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, politik budaya, politik, keagamaan, pendidikan, keamanan, hiburan, interaksi dengan lingkungan dan seterusnya. Di samping itu, lingkup kegiatannya berifat lokal, regional, nasional dan internasional.

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.

Oleh karena itu, setiap media cetak yang terbit di satu daerah pemberitaannya mesti meliputi semua aspek tersebut, walaupun media cetak itu terbit di daerah jauh dari kota. Informasi yang disajikan tidak boleh hanya berada pada seputaran daerahnya melainkan juga meliputi kegiatan di berbagai tempat, termasuk yang terjadi di luar negeri.

e. Kontinuitas

Artinya, isi surat kabar berkesinambungan. Umpamanya surat kabar hari ini memuat berita pengadilan Ketua DPR, Akbar Tanjung. Maka hendaknya pada terbitan selanjutnya juga memuat berita persidangan Akbar Tanjung sampai vonis hakim dijatuhkan.

6. Mempertahankan Eksistensi

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *existence*, dan dari bahasa latin yaitu *existere* yang berarti muncul, ada, timbul dan memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi yaitu pertama, apa yang ada, kedua apa yang memiliki aktualitas, ketiga adalah segala sesuatu yang didalamnya menekankan bahwa sesuatu itu ada. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (Apa sebenarnya sesuatu itu dengan kodrat inherennya).³⁸

Menurut Save M Dagun, konsep eksistensi dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya. Manusia itu selalu bergerak dari kemungkinan ke kenyataan. Proses ini berubah, bila kini sebagai suatu yang mungkin, maka besok akan berubah menjadi kenyataan. Karena manusia itu memiliki kebebasan, maka gerak perkembangan ini semuanya berdasarkan pada manusia itu sendiri. Bereksistensi berarti berani mengambil keputusan yang menentukan hidupnya. Konsekuensinya jika kita tidak berani berbuat, maka kita tidak bereksistensi dalam arti sebenarnya.

³⁸ Upi Destiana Suganda, "Strategi Dumai Vision dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Kota Dumai", Universitas Riau, 2018, 6.

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.

Menurut Durkheim, arti eksistensi (keberadaan) adalah “adanya”. Dalam filsafat eksistensi, istilah eksistensi diberikan arti baru, yaitu sebagai gerak hidup dari manusia konkret. Di sini, kata eksistensi diturunkan dari kata kerja latin *ex-sistera*. Berada (*to exist*) artinya muncul atau tampil keluar dari suatu latar belakang sebagai sesuatu yang benar-benar ada.

Eksistensi menurut Kierkegaard, menyatakan bahwa manusia itu eksistensi, bereksistensi berarti merealisasikan diri, terlibat (*engagement*), mengikat diri dengan bebas, mempraktekkan keyakinannya dan mengisi kebebasannya, dapat diartikan bahwa manusia saja yang bereksistensi karena dunia hewan-hewan dan segala sesuatu yang lain hanya ada.

Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja kita (Performa) kita didalam suatu lingkungan. Dalam suatu keorganisasian misalnya, eksistensi hanya perlu dilakukan dengan sebuah apresiasi terhadap kerja seseorang.³⁹

Eksistensi bukanlah merupakan suatu yang sudah selesai, melainkan suatu cara berada dan gerak hidup yang sedang dilaksanakan. Eksistensi sebuah media dalam masyarakat pada dasarnya menunjukkan adanya hubungan dan saling mempengaruhi antara unsur satu dengan yang lain sesuai dengan fungsi masing-masing. Hal ini sesuai dengan konsep hubungan media massa dengan masyarakat yang dikemukakan oleh Denis Mc Quail. Dari konsep diatas, dapat dilihat bahwa hakikat eksistensi yang sebenarnya adalah kekhasan dan bentuk keunikan dalam aplikasi keilmuan. Keberadaannya bukan hanya sekedar wujud, melainkan menjadi porsi yang berhak untuk dapat diakui.⁴⁰

³⁹ Arini Rosdiana, “Strategi Komunikasi Marketing Radio Dakta 107 FM Dalam Meningkatkan Eksistensi Kalangan Pendengar”. (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Syarif Hidayatullah), 21.

⁴⁰ Wasino Eko Syaputra, “Eksistensi RRI Pro 1 Pekanbaru di Tengah Perkembangan Televisi di RW 04 Dusun II Bangun Sari Desa Bukit Payung Kecamatan Bangkinang Seberang Kabupaten Kampar”. (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Suska Riau, Pekanbaru, 2012), 14



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.

Eksistensi media massa di masyarakat telah dimulai sejak zaman primitif. Sebelum adanya alfabet, telinga merupakan alat komunikasi paling dominan, apa yang didengar itulah yang dipercaya. Ketika sarana-sarana yang lebih canggih ditemukan, terutama datangnya era listrik, maka peran dominan itu beralih ke media. McLuhan juga mengatakan bahwa “Media adalah pesan itu sendiri”, maksudnya adalah apa yang disampaikan media kepada masyarakat ternyata lebih dari apa yang akan diterima masyarakat jika mereka berkomunikasi tanpa media. Itu artinya, eksistensi media sangat penting, bahkan lebih penting dari konten yang dimuat oleh media itu sendiri.

Melalui beberapa bukunya, McLuhan menguraikan idenya tersebut. Ia bahkan berpendapat media merupakan “wujud perluasan” dari manusia, sama seperti mobil, pakaian, dan benda-benda lain yang memang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Ia juga melihat bagaimana media massa itu berkembang, dan mempengaruhi kehidupan manusia.⁴¹ Dalam penelitian ini penulis melihat bagaimana media cetak itu menjaga dan mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan teknologi, seperti kehadiran media online yang dinilai mampu membunuh keberadaan media cetak. Apakah dominasi media online benar-benar mampu menggeser eksistensi media cetak atau tidak.

7. Teori SWOT

Teori SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Teori ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal di samping peluang dan ancaman eksternal. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis

⁴¹ William L. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana, 2008) hal 37.

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.

situasi adalah teori SWOT.⁴² Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal atau lingkungan intern organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal atau berada pada lingkungan ekstern organisasi. Kinerja suatu organisasi yang memposisikan diri dalam system sosial memahami betul bahwa kinerja organisasi yang memiliki adaptabilitas yang tinggi adalah organisasi yang mampu mengkombinasikan faktor internal dan eksternal menjadi faktor kunci keberhasilan organisasi.⁴³ Dengan SWOT dapat diketahui faktor-faktor kunci keberhasilan lembaga atau suatu kebijakan sehingga dapat dirancang program yang relevan atau dengan analisis ancaman dan peluang akan memungkinkan lembaga dapat menciptakan kegiatan yang dapat mengantisipasi ancaman. Teori SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu :

a. Kekuatan (*Strengths*)

Merupakan suatu kelebihan khusus yang berasal dari perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan didalam suatu industri, dan akan mendukung perkembangan usaha. Kekuatan pada sumber keuangan, citra kepemimpinan pasar, serta hubungan dengan konsumen ataupun pemasok.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan hal-hal dari perusahaan yang dapat menghambat perkembangan usaha, misalnya kekurangan sumber daya, keahlian, maupun kemampuan manajemen.

c. Peluang (*Opportunities*)

Merupakan situasi yang baik dari lingkungan perusahaan yang dapat memberikan keuntungan pada perusahaan. Peluang merupakan kondisi persaingan, kondisi permintaan, dan meningkatnya hubungan dengan konsumen atau dengan pemasok yang memberikannya peluang kepada pengusaha.

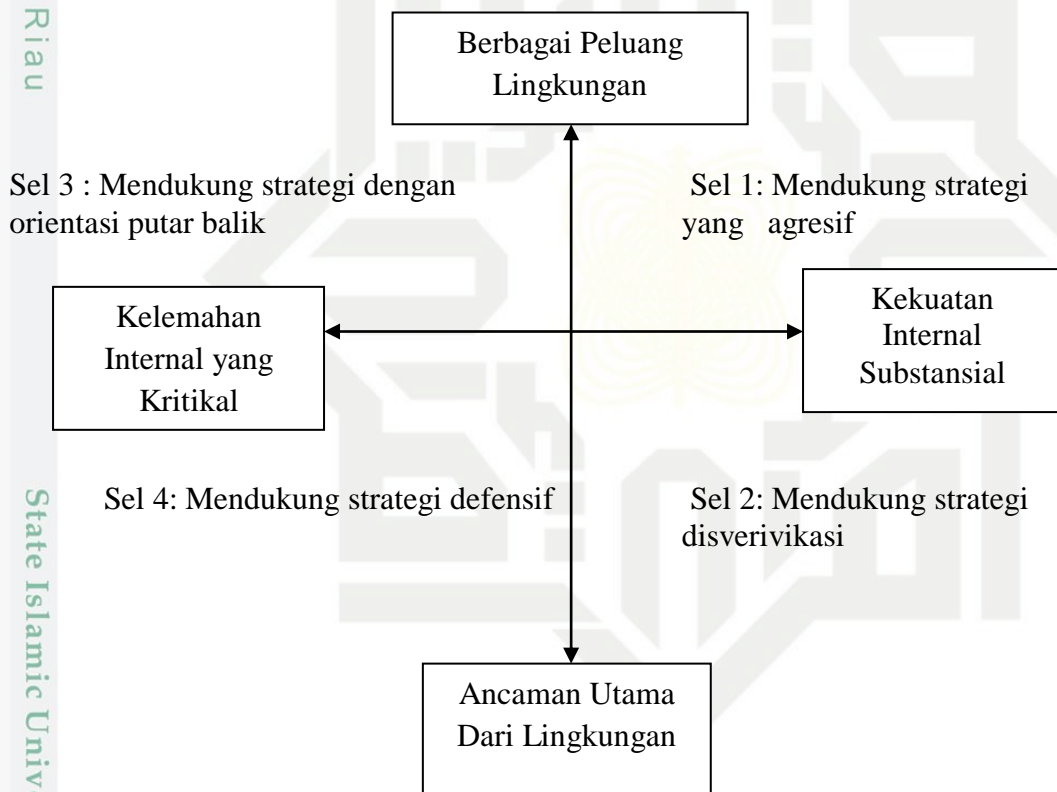
⁴²Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2002) hal 20.

⁴³Djam'an Satori dan Aan Komairah, *Metodologi Peneliiian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014) hal 209.

d. Ancaman (*Threats*)

Merupakan kondisi yang tidak diharapkan dilingkungan perusahaan yang dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya, ancaman ini dapat berupa masuknya saingan baru, lambatnya pertumbuhan pasar, dan perubahan teknologi ataupun regulasi yang dapat menjadi ancaman terhadap keberhasilan.⁴⁴

Gambar 2.1
Diagram Teori SWOT



(Sumber: Sondang P Siagian, *Manajemen Strategik*, 2000)

Gambar di atas, menunjukkan bahwa situasi yang paling didambakan ialah sel 1, karena situasi bisnis menghadapi berbagai peluang lingkungan dan memiliki berbagai kekuatan yang mendorong pemanfaatan peluang tersebut. Dengan kondisi demikian, strategi yang tepat untuk ditempuh ialah strategi pertumbuhan. Sebaliknya, gambar di atas juga menunjukkan bahwa satuan

⁴⁴ Sondang Siagian, *Manajemen Strategik*, (PT Bumi Aksara, Jakarta, 2000) hal 173.

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.

bisnis yang berada pada sel 4 menghadapi situasi yang paling buruk karena harus menghadapi tantangan besar yang bersumber pada lingkungan dan pada waktu yang bersamaan, dilanda berbagai kelemahan internal yang bersifat kritikal. Strategi yang tepat dalam kondisi demikian ialah strategi yang bersifat defensive dalam arti mengurangi atau merubah bentuk keterlibatan satuan bisnis atau perusahaan. Sel 2 tergambar bahwa satuan bisnis yang memiliki berbagai kekuatan internal akan menghadapi situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Jika suatu satuan bisnis menemukan dirinya pada kondisi demikian, strategi yang paling wajar untuk dipertimbangkan adalah strategi disverifikasi dalam arti suatu strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk membuka peluang. Sel 3 pada diagram di atas menunjukkan posisi suatu satuan bisnis yang menghadapi peluang pasar yang besar di suatu pihak tetapi dihadang oleh keterbatasan yang melekat dalam tubuh satuan bisnis atau perusahaan tersebut. Dengan kondisi demikian, sangat wajar jika satuan bisnis atau perusahaan untuk putar haluan dalam arti mengambil berbagai langkah untuk mengatasi kelemahan yang dihadapi internal agar peluang pasar dapat dimanfaatkan.⁴⁵

B. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Diantaranya adalah :

1. Strategi Pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Media Lokal Kabupaten Bulukumba

Skripsi ini adalah karya seorang mahasiswa UIN Alauddin Makassar tahun 2017 bernama Andi Eko Manggala Putra. Fokus penelitian ini adalah mengkaji tentang strategi pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan dalam menjaga eksistensi sebagai media lokal di Bulukumba. Hasilnya, terlihat bahwa strategi pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan dalam menjaga eksistensinya ialah dengan mengutamakan isu-isu lokal menarik dan dekat dengan khalayak pembaca.

⁴⁵ Sondang P Siagian, *Manajemen Strategik*, Op, cit, hal 176.

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.

Tak hanya itu, redaksi Metro Harian Radar Selatan juga menyajikan bukan berita yang lengkap dan selalu menampilkan foto-foto yang mendukung isi berita.⁴⁶

2. Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Meningkatkan Kualitas Berita

Skripsi ini merupakan karya dari mahasiswa UIN Suska Riau, Isratul Kurniawan. Fokus penelitiannya dilatarbelakangi karena persaingan di bidang pers yang semakin ketat. Sehingga, industri pers dituntut untuk mengemas produk informasinya agar lebih berkualitas.

Hasilnya, Riau Pos ternyata mampu meningkatkan kualitas isi berita hingga akhirnya dapat menjadi koran yang menjadi referensi masyarakat Riau hingga mampu bertahan, bahkan jumlah pelanggan dan pemasang iklan lebih meningkat.⁴⁷

3. Strategi Koran Sindo Makassar Dalam Menggaet Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

Sebelumnya telah dilakukan penelitian dengan model analisis SWOT lainnya, yaitu pada skripsi mahasiswa UIN Alauddin Makassar bernama Andrian Rahmantahun 2016. Dalam penelitiannya, didapatkan hasil bahwa Koran Sindo Makassar lebih menekankan pada tiga poin yaitu berita, olahraga, dan gaya hidup. Penyajiannya pun menggunakan foto jurnalistik yang berukuran besar dan fleksibel sehingga dapat memberikan gambaran bagi pembaca. Tak hanya itu, redaksi Koran Sindo Makassar juga melakukan survey dan tinjauan-tinjauan tentang isu-isu yang berkembang serta berita yang terhangat sehingga ketika menyeleksi berita mereka dapat menentukan berita apa yang bagus disajikan di halaman pertama dan menjadikannya strategi untuk mempertahankan eksistensi.⁴⁸

⁴⁶ Andi Eko Manggala Putra “Strategi Pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Media Lokal Kabupaten Bulukumba” (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Alauddin Makassar, 2016).

⁴⁷ Isratul Kurniawan “Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Meningkatkan Kualitas Berita” (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Suska Riau, 2016).

⁴⁸ Andrian Rahman “Strategi Koran Sindo Makassar Dalam Menggaet Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu” (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Alauddin Makassar, 2016)

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.

4. Strategi Manajemen Redaksi Dakwatuna.com dalam Menghadapi Persaingan Media

Skripsi ini merupakan karya dari mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, bernama Maesaroh. Dalam penelitiannya, ia menyoroti ketatnya persaingan antar media online, maupun dengan media cetak. Sehingga, setiap media wajib memiliki strategi dan visi misi masing-masing.

Metode yang digunakan adalah studi kasus, yang mendalami dan menggali proses fenomena yang terjadi. Hasilnya, terlihat bahwa media dakwatuna.com menentukan topik pemberitaannya dengan cara berkoordinasi dengan lebih da 1000 kontributor lepas yang masuk ke redaksi. Tak hanya itu, redaksi dakwatuna.com juga memuat foto dan gambar yang menarik bagi pembaca. Juga menyediakan rubrik khusus yang bervariasi, seperti keislaman, politik, pendidikan dan sosial.⁴⁹

5. Strategi Padang TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal

Skripsi ini merupakan karya Ernis Suryani Taufli, seorang mahasiswi Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat. Dalam penelitiannya, ia menyoroti Padang TV yang merupakan salah satu TV lokal swasta Kota Padang yang berdiri pada tanggal 1 Maret 2007. Kehadirannya sebagai TV lokal mendapat tantangan dari berbagai stasiun TV nasional maupun sesama TV lokal Padang. Sehingga untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Padang TV melakukan berbagai strategi untuk dapat bertahan.

Metode penelitian yang digunakan adalah teori ekologi media dari Dimmick dan Rothenbuhler yang mengungkapkan untuk mempertahankan eksistensinya, media memerlukan sumber penunjang hidup utama yakni pemasukan iklan, jenis isi media, dan jenis khalayak sasaran.

⁴⁹ Maesaroh “Strategi Manajemen Redaksi Dakwatuna.com dalam Menghadapi Persaingan Media” (Skripsi Program Sarjana Strata Satu UIN Syarif Hidayatullah)

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.

Hasilnya, terlihat bahwa untuk mempertahankan eksistensinya, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya, melakukan strategi program, melakukan segmentasi, *targetting* dan *positioning* dalam membuat pasar audien, memanfaatkan teknologi internet, memperbanyak event dan program *off air*, melakukan strategi pemasaran, membentuk komunitas, dan mendirikan anak jaringan Padang TV di daerah lain.⁵⁰

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang berkaitan dengan media massa khususnya media cetak sudah pernah dilakukan sebelumnya. Meskipun demikian, perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan peneliti sebelumnya terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian tersebut terfokus pada kajian pencarian berita dan isu apa yang lebih banyak ditonjolkan. Artinya, tinjauan strategi yang dilakukan media cetak, khususnya media cetak di Pekanbaru belum pernah dilakukan. Karena itu, peneliti memfokuskan kajiannya dengan lebih spesifik, bagaimana strategi redaksi yang dilakukan surat kabar Haluan Riau, dalam mempertahankan eksistensinya dari segi pemberitaan di tengah perkembangan teknologi informasi saat ini.

C Kerangka Pikir

Salah satu unsur untuk memperoleh informasi adalah media massa, seiring perkembangan zaman, media massa juga bergerak dalam memberikan informasi yang aktual dan akurat.

Seiring dengan perkembangan teknologi seperti media online, media cetak berusaha mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Karena itu, diperlukan cara dan strategi untuk tetap bertahan ditengah maraknya persaingan di industri media. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teori SWOT untuk melihat bagaimana strategi redaksi Harian Tribun Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya.

⁵⁰ Ernisa Suryani Taufli "Strategi Padang TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal" (Skripsi Program Sarjana Strata Satu Universitas Andalas)

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.

Teori SWOT merupakan analisis situasi yang merupakan akronim dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Dalam hal ini, kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal atau lingkungan intern. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal.

Gambar 2.2
Kerangka Pikir

