



UIN SUSKA RIAU

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

7541/KOM-D/SD-S1/2025

## STRATEGI KOMUNIKASI HALUAN RIAU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE DI RIAU



### SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

OLEH:

**MUHAMMAD ROMDONI**  
**NIM. 12040310261**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2025**



UIN SUSKA RIAU

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

## STRATEGI KOMUNIKASI HALUAN RIAU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE DI RIAU

Disusun oleh:



**Muhammad Romdoni**  
NIM. 12040310261

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 01 Juni 2025

Pembimbing,



**Dra. Atijah Sukaesih, M.Si**  
NIP. 19961118 199603 2 001

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
NIP. 19810313 201101 1 004



UIN SUSKA RIAU

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Romdoni  
NIM : 12040310261  
Judul : Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi persaingan Media Online di Riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 9 Juli 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



### Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Mardhiah Rubani, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji III,

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds  
NIP. 19790326 200912 1 002

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji IV,

Suandi, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19780912 201411 1 003



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

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 01 Juli 2025

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*  
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Romdoni  
NIM : 12040310261  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 19961118 199603 2 001

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004



UIN SUSKA RIAU

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## SURAT PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Muhammad Romdoni
Nim	:	12040310261
Tempat/Tanggal Lahir	:	Sungai Ungar, 15 Desember 2001
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Prodi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan Judul “Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau” adalah hasil penelitian saya sendiri
2. Semua kutipan pada karya ilmiah saya sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penelitian skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undang.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan



Muhammad Romdoni  
NIM. 12040310261



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
**كلية الدعوة والاتصال**  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Romdoni  
Nim : 12040310261  
Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Ungar Kundur, 15 Desember 2001  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi  
Persaingan Media Online di Riau

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 30 Juni 2025  
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Romdoni  
NIM. 12040310261



UIN SUSKA RIAU

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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
**كلية الدعوة والاتصال**  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Romdoni  
NIM : 12040310261  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Tribun Pekanbaru Dalam Menghadapi Persaingan Media Massa Di Era Digitalisasi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 17 Oktober 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Oktober 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Rafdeadi, S.Sos.I.,M.A  
NIP. 19821225 201101 1 011

Penguji II,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A  
NIP. 19890619 201801 1 004

## ABSTRAK

**Nama : Muhammad Romdoni**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau**

Strategi Komunikasi sangat penting digunakan dalam menghadapi persaingan media online di kehidupan yang serba digital saat ini. Hal ini yang melatarbelakangi Haluan Riau dalam menjalankan proses komunikasi dalam menghadapi persaingan media online. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui proses dan Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan yaitu dari Harold D. Lasswell yang membahas tentang *Who says What In Which Channel to Whom With What Effect*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Haluan Riau sebagai komunikator yang bertanggung jawab dalam menghadapi persaingan media online dengan memfokuskan pada unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Lasswell yaitu dengan menetapkan komunikator sebagai peran utama dalam menjalankan proses komunikasi yang berusaha untuk tampil kreatif, terampil dan peka terhadap segala bentuk dinamika yang terjadi di media sosial. Selanjutnya pesan yang disampaikan oleh Haluan Riau berorientasi pada daya tarik pembaca, relevansi informasi, serta edukasi publik. Yang ketiga memperhatikan penggunaan media sosial Tiktok, Instagram, Facebook dan Website sebagai saluran dengan mempertimbangkan jangkauan luas dan efektivitas penyampaian pesan. Yang keempat menganalisis komunikasi yang menjadi pengikut dengan memperhatikan interaksi terhadap konten yang diproduksi oleh Haluan Riau. Terakhir menganalisis efek, berhubungan dengan respon khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan Haluan Riau pada sebuah konten di media sosial dan juga website perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Haluan Riau telah merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang matang dan adaptif yang memungkinkan mereka bersaing secara efektif di lanskap media online Riau yang kompetitif dan bergantung kepada kemampuan Haluan Riau dalam berinovasi.

**Kata Kunci : Media Sosial, Persaingan Media Online, Strategi Komunikasi**

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.

## ABSTRACT

**Name**

: **Muhammad Romdoni**

**Major**

: **Communication Science**

**Title**

: **Haluan Riau's Communication Strategy in Facing Online Media Competition in Riau**

*Communication strategy is very important to use in facing online media competition in today's digital life. This is the background of Haluan Riau in carrying out the communication process in facing online media competition. The purpose of this research is to find out the process and communication strategy of Haluan Riau in facing online media competition in Riau. This research method uses a qualitative method with a descriptive approach. The theory used is from Harold D. Lasswell which discusses Who says What In Which Channel to Whom With What Effect. The results of this study indicate that Haluan Riau as a responsible communicator in facing online media competition by focusing on the elements of communication put forward by Lasswell, namely by setting the communicator as the main role in carrying out the communication process that strives to appear creative, skillful and sensitive to all forms of dynamics that occur in social media. Furthermore, the messages conveyed by Haluan Riau are oriented towards reader appeal, information relevance, and public education. The third is paying attention to the use of Tiktok, Instagram, Facebook and Website social media as channels by considering the wide reach and effectiveness of message delivery. The fourth analyzes communicants who become followers by paying attention to interactions with content produced by Haluan Riau. Finally, analyze the effect, related to the audience's response to the messages conveyed by Haluan Riau in a content on social media and also the company website. This research concludes that Haluan Riau has formulated and implemented a mature and adaptive communication strategy that allows them to compete effectively in Riau's competitive online media landscape and depends on Haluan Riau's ability to innovate.*

**Keywords :** *Communication Strategy, Social Media, Online Media Competition, Social Media*

- 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.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

***Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh***

Segala puji dan Syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam penulis persembahkan keharibaan Nabi besar Muhammad SAW. Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, dengan judul “Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau”.

Yang paling utama, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan Rahmat, nikmat, serta kemudahan dan kesempatan-Nya sehingga dapat bertahan dan berhasil menyelesaikan skripsi hingga akhir. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Rohmat dan Ibunda Sri Wastuti yang setiap saat mengingatkan, memberikan dukungan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tiada hentinya kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini. Dan juga terima kasih kepada saudara kandung penulis tercinta Sigit Rahmansyah yang selalu memberikan dukungan terbaiknya untuk penulis selama menjalani masa perkuliahan. Rasa terima kasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril dan materil.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan dengan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., AK, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Masduki, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Penasehat Akademik.
9. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah berjasa bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik. Terima Kasih atas ilmu dan dukungannya semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
10. Seluruh Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Seluruh Pegawai dan Staf Haluan Riau yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian skripsi.
12. Untuk wanita hebat dan teristimewa yang selalu mendampingi perjalanan Penulis, Mamak “Sri Wastuti”, terimakasih banyak atas segala yang Mamak perjuangkan, korbankan dan juga dedikasi penuh keikhlasan dan kasih sayang kepada penulis, semoga Mamak sehat selalu dan senantiasa menjadi penyemangat buat keluarga dan penulis.
13. Untuk pria hebat dan penuh tanggung jawab yang juga selalu menjadi cerminan buat Penulis, Bapak “Rohmat”, terimakasih banyak telah menjadi kepala keluarga yang hebat dan penuh tanggung jawab yang selalu menjadi cerminan buat keluarga dan penulis, semoga Bapak sehat selalu dan senantiasa menjadi pelindung dan juga motivator buat keluarga dan penulis.
14. Terimakasih juga penulis ucapan kepada Adik kandung Penulis “Sigit Rahmansyah”, yang selalu memberikan support dan semangat buat penulis, semoga Tina selalu diberikan kesehatan dan juga kelancaran segala urusannya.
15. Untuk sahabat terbaik yaitu Firdaus dan Ahmad yang selalu mendukung dan memberi semangat penulis dalam meyelesaikan skripsi ini.

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.

16. Untuk Perusahaan Haluan Riau. Terima kasih sudah mempermudah penulis dalam mencari informasi terkait objek yang diteliti.
17. Kepada teman seperantauan penulis keluarga besar KOST WAKAF Est 2022 yang selalu mensupport dan menjadi wadah tempat berbagi penulis.
18. Dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
19. Dan terakhir terimakasih kepada diri sendiri “Muhammad Romdoni” yang telah berjuang dan berhasil sampai ditahap ini, tetap semangat dan optimis untuk hal hebat kedepannya.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan berguna khususnya bagi penulis dan secara umum bagi pembaca.

Pekanbaru, 01 Juni 2025

Penulis

**MUHAMMAD ROMDONI**

**NIM. 12040310261**



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.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	14
2.3 Kerangka Berpikir.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Desain Penelitian .....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Sumber Data Penelitian.....	29
3.4 Informan Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6 Validitas Data .....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>33</b>
4.1 Sejarah.....	33
4.2 Letak Geografis Haluan Riau .....	34
4.3 Struktur.....	34
4.4 Tugas dan Fungsi.....	34
4.5 Logo .....	39
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Hasil Penelitian.....	40
5.2 Pembahasan .....	53



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran .....	60

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**

© Hak cipta

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	27
Tabel 4.1 Struktur Organisasi .....	32



## © Hak cipta

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1 Logo Haluan Riau.....	32
Gambar 5.1 Postingan Tiktok Haluan Riau .....	42
Gambar 5.2 Postingan Instagram Haluan riau.....	42
Gambar 5.3 Postingan Facebook Haluan Riau.....	43
Gambar 5.4 Akun Instagram Haluan Riau .....	44
Gambar 5.5 Akun Tiktok Haluan Riau .....	44
Gambar 5.6 Akun Facebook Haluan Riau .....	44
Gambar 5.7 Website Haluan Riau .....	46
Gambar 5.8 Dokumentasi Kunjungan Kerja .....	48
Gambar 5.9 Dokumentasi Kerja Sama.....	49
Gambar 5.10 Insight Instagram Haluan Riau .....	50

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.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Penelitian

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara

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 I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mendukung percepatan penyampaian pesan kepada khalayak. Bisa dikatakan pesan yang dikirim melalui internet hanya beberapa detik saja langsung diterima oleh masyarakat meskipun jarak antara pengirim dan audiens relatif jauh. Kemudian, dengan teknologi tiga dimensi (3D), pesan gambar langsung dapat dinikmati melalui telepon seluler. Kemajuan media komunikasi modern saat ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (Channel) yang bisa digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Oleh karena itu, media massa memegang peran penting dalam komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa (Jamaludin, 2022).

Saat ini, perkembangan perusahaan pers sudah semakin menjamur di seluruh Indonesia. Seperti yang telah dipaparkan di atas, perkembangan teknologi yang kian hari semakin maju dan pesat yang mendorong dan menjadi penyebab tumbuh kembangnya perusahaan-perusahaan pers di seluruh Indonesia. Teknologi juga telah mengubah gaya dan cara penyampaian informasi dari setiap perusahaan pers serta membuat persaingan di dunia pers semakin ketat.

Industri bisnis media menjalankan paradigma yang berbeda-beda sesuai dengan perkembangan waktunya. Di era digital, kita memasuki era konvergensi media. Berubahnya era komunikasi menjadi serba digital tentu saja memberikan dampak yang besar kepada media-media konvensional yang ada di Indonesia, di mana media-media lama harus bisa beradaptasi juga bersaing dengan media-media digital. Hal ini pun juga terjadi di media cetak seperti surat kabar, di mana pola konsumsi informasi masyarakat saat ini yang lebih suka membaca informasi melalui media digital, sehingga bukan tidak mungkin media cetak akan mulai tergeser dan menghilang akibat dari adanya media digital (Rizaldy et al., 2022). Tentu saja hal ini tidak mengejutkan di mana Rupert Murdoch pun meramalkan bahwa mungkin tidak akan ada lagi media cetak seperti surat kabar dalam beberapa tahun ke depan (Gareth, 2015).

Haluan Riau merupakan salah satu media cetak yang bersifat lokal di Provinsi Riau. Surat kabar ini menampilkan topik politik, ekonomi, olahraga, hukum dan

## © Hak Cipta

Universitas Syarif Kasim 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.

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

kriminal, dan peristiwa lainnya yang terjadi dalam skala lokal dan nasional. Surat kabar ini terbit sejak 21 Agustus 2000 hingga saat ini. Sebagai salah satu media cetak lokal eksistensi surat kabar ini sangat penting dipertahankan sebagai penyambung infomasi masyarakat di provinsi Riau. Jika dahulu surat kabar cetak menjadi primadona dalam menyajikan berita, kini masyarakat semakin beralih ke platform digital yang menawarkan kecepatan, interaktivitas, dan aksesibilitas tak terbatas. Fenomena ini tidak hanya mengubah cara khalayak mengonsumsi informasi, tetapi juga memicu persaingan sengit di antara penyedia media.

Pergeseran ini ditandai dengan fenomena konvergensi media, sebuah proses di mana berbagai bentuk media-teks, audio, video, dan grafis menyatu dalam satu platform digital. Konvergensi ini bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang bagaimana konten diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Media online baru di Riau, seperti Cakaplah.com, RiauOnline.co.id, GoRiau.com, DataRiau.com dll, cenderung lebih cepat beradaptasi dengan model konvergensi ini. Mereka lahir dan berkembang dalam ekosistem digital, sehingga memungkinkan mereka untuk secara lincah menyajikan informasi dan berinteraksi dengan khalayak melalui berbagai saluran digital secara terintegrasi. Hal ini secara langsung menciptakan tantangan signifikan bagi media tradisional yang selama ini kuat di ranah cetak.

Sebagai salah satu media cetak senior dan berpengaruh di Riau, Haluan Riau kini dihadapkan pada sebuah dilema strategis. Transisi dari kertas ke layar bukanlah sekadar memindahkan berita, melainkan sebuah transformasi menyeluruh yang menuntut perubahan cara kerja, strategi konten, dan pendekatan terhadap khalayak. Dalam konteks persaingan yang ketat, Haluan Riau dihadapkan pada tantangan yang besar. Tidak hanya media baru saja, tetapi media lama seperti Riaupos.co dan TribunPekanbaru.com juga telah lebuh dahulu dan agresif dalam melakukan transformasi digital dengan membangun basis pembaca online yang kuat. Riau Pos Online misalnya, sebagai bagian dari media cetak terbesar di Riau, telah berhasil menarik puluhan ribu pengunjung harian dan memiliki pembaca yang tinggi di Provinsi Riau, bahkan berupaya menjangkau generasi muda melalui berbagai platform digital. Demikian pula dengan Tribun Pekanbaru, yang dikenal dengan liputan berita lokalnya yang mendalam dan terus memperluas jangkauan pembacanya. Haluan Riau dengan visinya untuk menjadi situs berita Riau terdepan yang aktual, berimbang, dan terpercaya, harus mampu bersaing secara efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens di tengah gempuran informasi dari berbagai sumber. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang adaptif dan inovatif menjadi kunci

## © Hak Cipta

Haluan Riau

Semarif Kasim 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.

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

bagi Haluan Riau untuk tetap relevan dan unggul dalam persaingan media online yang dinamis ini.

Sedangkan urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan dalam berinovasi untuk memahami bagaimana Haluan Riau, dengan segala pengalaman dan reputasinya, merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasinya dalam menghadapi gempuran media online baru yang lebih lincah dan telah lebih dahulu menguasai medan konvergensi. Dengan banyaknya media berita online yang ada di Riau menuntut setiap media berita yang terbit di daerah untuk siap bersaing antara yang satu dengan yang lain. Untuk menghadapi persaingan tersebut tentu masing-masing dari mereka harus menunjukkan kelebihannya yang membuat mereka lebih unggul daripada yang lainnya. Haluan Riau sebagai salah satu perusahaan media berita yang cukup memiliki nama di Riau. Dari segi komunikasi upaya Haluan Riau dalam mengelola bidang redaksional ialah seperti membuat inovasi melalui koran digital (berupa e-paper), serta bagaimana cara mempromosikan brand perusahaan media cetak melalui akun @haluanriau.co.id dan akan terus berusaha menjadi yang terbaik. Agar dapat menjaga komitmen kepada para pelanggan setia Harian Umum Haluan Riau dan meningkatkan isi dari kualitas berita itu sendiri.

Studi ini akan mendalaminya melalui kacamata teori strategi komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu meneliti *Who* (komunikator Haluan Riau) *Says What* (pesan yang disampaikan) *In Which Channel* (media yang digunakan dalam era konvergensi) *To Whom* (khalayak yang dituju) *With What Effect* (efek yang diharapkan) dalam upaya mempertahankan relevansi dan eksistensinya di tengah persaingan ketat ini.

Guna menentukan titik tolak dalam upaya mempertahankan eksistensi Haluan Riau di mata para pembacanya, maka perlu dilakukan observasi tentang upaya yang telah dan akan dilakukan oleh Haluan Riau. Observasi ini tidak hanya dilakukan terhadap sarana prasarana percetakan namun juga termasuk sumber daya manusia di dalamnya, serta isi dan kualitas berita yang ditampilkan pada setiap penerbitan. Termasuk didalamnya salah satu rubrik yang menjadi sorotan dalam setiap penerbitannya adalah adanya kolom opini. Menurut William Albig dalam Abdurrahman opini itu adalah suatu pernyataan mengenai sesuatu yang sifatnya bertentangan atau terdapat perbedaan pandang terhadap sesuatu hal. Melalui opini yang dikirimkan oleh pembaca secara kuantitas akan menjadi masukan bagi Haluan Riau tentang minat masyarakat dalam membaca berita-berita pada tiap terbitannya. Semakin banyak tanggapan yang masuk ini sedikit banyaknya menandakan bahwa

© Hak Cipta dijilid/diungkapkan oleh  
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim 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.

masyarakat masih mempunyai minat dan simpati akan keberadaan Koran Haluan Riau.

Dengan demikian, diperlukan strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan media berita lainnya agar tetap eksis serta mampu menjadi sebuah media surat kabar yang ternama di Riau. Strategi ini bertujuan untuk menentukan perencanaan apa yang akan dilakukan, pengorganisasian seperti apa yang akan dipilih, pelaksanaan serta pengawasan apa yang diperlukan.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Riau”**.

## 1.2 Penegasan Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka akan digunakan penegasan istilah sebagai berikut:

### a. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya harus berperan sebagai peta jalan untuk memberikan arahan, tetapi juga menunjukkan taktik operasional yang akan dilakukan. Sama halnya dengan strategi komunikasi yang merupakan petunjuk dari perencanaan komunikasi (*communication planning*), dan manajemen (*management communication*) dalam mencapai suatu tujuan. Untuk tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, artinya pendekatan (*approach*) bisa berbeda setiap waktunya karena bergantung pada situasi dan kondisi.(Farahdiba, 2020)

### b. Haluan Riau

Haluan Riau merupakan surat kabar harian lokal yang terbit di Provinsi Riau. Koran ini merupakan salah satu koran terkemuka di Riau dan menjadi koran referensi bagi masyarakatnya.(Saleh, 2019)

### c. Persaingan Media

**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 Mudrajad Kuncoro, persaingan adalah keadaan kita organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan media adalah kompetisi antar perusahaan media untuk menarik perhatian audiens, iklan, dan pangsa pasar. Persaingan ini bisa terjadi di berbagai platform, seperti televisi, radio, cetak (koran/majalah), dan media digital (situs berita, media sosial, streaming).(Kuncoro, 2005)

**d. Media Online**

Media online (Online Media) adalah media komunikasi yang tersaji secara online di internet. Istilah lain adalah Digital Media dan Cyber Media. Secara umum media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media (channel, sarana, alat) komunikasi yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Dalam pengertian umum ini, media online antara lain portal, website (situs web, bloger), radio online, TV online, pres online, mail online, dan media sosial (social media).(Nadin & Ikhtiono, 2019)

**1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah "bagaimana strategi komunikasi Haluan Riau dalam menghadapi persaingan media online di Riau".

**1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Riau".

**1.5 Kegunaan Penelitian****1.5.1 Secara Akademis**

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Haluan Riau dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau.
2. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terutama pada bidang kajian Strategi Komunikasi di perusahaan.



©

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

3. Sebagai tambahan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti guna memperdalam Ilmu di bidang Strategi Komunikasi khususnya konsentrasi Public Relation.
4. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### 1.5.2

#### Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi bagi pembaca yang ingin mendalami pengetahuan di bidang ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi Public Relation.
2. Dapat mengetahui tentang bagaimana gambaran penerapan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan penerapannya.
3. Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis, khususnya mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
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.

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

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu ini merupakan bagian yang akan menjadi perbandingan, bahan acuan serta tolak ukur peneliti untuk melakukan penelitiannya. Berikut ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Tribun Pekanbaru dalam Menghadapi Persaingan Media Massa di era Digitalisasi”

1. Jurnal penelitian Veza Aditya Lenggawa, 2019 yang berjudul **“Strategi Jawa Pos Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Revolusi Industri 4.0”**. Penelitian ini meneliti tentang strategi yang dilakukan Jawa Pos dalam menghadapi persaingan bisnis media di era revolusi industri 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa model bisnis Jawa Pos Group yang awalnya merupakan kerajaan media cetak nomor satu di Indonesia, mulai beralih menjadi model bisnis konglomerat digital dengan 134 situs lebih ini menjadi perusahaan multiplatform nasional yang konten beritanya menjadi terpusat dan homogen di masing-masing perusahaan. Strategi permainan Jawa Pos Group merebut sebagian besar pangsa pemirsa media arus utama Indonesia (local audience) di sebanyak mungkin platform (koran daerah, TV lokal, radio, dan situs berita daerah), serta membangun ekosistem yang menghubungkan media, bisnis daring, dan infrastruktur komunikasi. Hal ini sejatinya menunjukkan bahwa Jawa Pos Group akan tetap mampu menguasai pangsa pasar media baru melalui konglomerasi digital di tengah ancaman era digital seperti sekarang ini.(Lenggawa, 2019)  
Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana media berita menghadapi era digitalisasi. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat yaitu pada objeknya, pada penelitian ini objeknya adalah strategi dalam menghadapi persaingan bisnis media, sedangkan objek yang diangkat penulis yaitu strategi komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan media massa.
2. Jurnal penelitian Pelican Landri, Suyanto dan Yasir, 2018 yang berjudul **“Konvergensi Media Harian Metro Riau Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media”**, Persaingan media dan perkembangan

## 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.

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

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang membawa tren baru dalam dunia industri komunikasi. Instrumen untuk menghadapinya adalah konvergensi yang berorientasi pada kepentingan konsumen. Media yang telah terkonvergensi juga berpengaruh terhadap besarnya kepentingan ekonomi dalam penerapan konvergensi. Pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam serta kajian literatur. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa menggunakan Multichannel dan Multiplatform oleh Metro Riau menjadi salah satu alternatif untuk menerapkan konvergensi dan mentransformasikan dirinya mengikuti perkembangan zaman. Penyeragaman konten di antara Metro Riau dan Halloriau.com akan mendapatkan keuntungan melalui pasokan pengiklan, begitu pula spesialisasi yang memungkinkan penyaluran konten berita secara realtime dapat mengurangi biaya tenaga kerja, administratif, dan material. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konvergensi yang dilakukan adalah konvergensi kontekstual yaitu konvergensi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi budaya perusahaan dan masyarakat. Ini terbukti konvergensi dapat terlaksana tanpa melakukan perubahan radikal dengan menyatukan newsroom cetak dan online, media sudah dapat melakukan konvergensi.(Landri, 2018) Perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat yaitu pada objeknya, pada penelitian ini objeknya adalah konvergensi media, sedangkan objek yang akan diangkat penulis, yaitu strategi komunikasi pemasaran.

3. Jurnal penelitian Nurliah,2018 yang berjudul **“Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar”**, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis media massa cetak dalam memanfaatkan media baru (media online) agar mampu menyatu dan bersaing dalam upaya merebut pasar guna meraup iklan dan pembaca di media digital. era di Makassar. Penelitian dilakukan kepada Pemimpin Redaksi, Koordinator Reportase dan Pengelola Media Online di Makassar yaitu Tribun Timur Makassar dan Fajar. Informan dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut mengetahui dengan baik apa yang diharapkan dari penelitian. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi media massa mampu mengatasi penurunan jumlah pembaca media arus utama karena penyebaran berita tidak lagi hanya mengandalkan surat kabar tetapi juga media online.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Kehadiran media online ini merupakan bagian dari media konvensional yang bertujuan untuk memperkuat fungsi media sehingga mampu memperluas jaringan pembaca melalui distribusi berita yang lebih luas. Hal ini menjadi jawaban atas tuntutan pasar agar mampu bertahan dan memenangkan pasar di era media digital di Makassar. Persaingan media massa dianalisis dengan menggunakan teori Niche dimana media bersaing satu sama lain dalam ruang ekologis yang sama untuk mendapatkan sumber penyangga kehidupan, yaitu modal, konten, dan khalayak.(Universitas Mulawarman & Nurliah, 2018)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada objek penelitiannya. Penelitian ini lebih mengidentifikasi konvergensi dan kompetisi media massa dalam memenangkan pasar. Sedangkan penelitian yang diangkat penulis mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran pada persaingan bisnis media.

4. Jurnal penelitian Muhammad Iqbal Rizaldy, Eni Maryani, Purwanti Hadisiwi, dan Pandan Yudhapramesti,2022 yang berjudul **“Konvergensi Media Surat Kabar Lokal Kalteng Pos”**, Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang pesat menuntut media cetak khusus media surat kabar lokal untuk mengikuti perkembangan era digital dengan melakukan konvergensi media, hal serupa juga dilakukan oleh media surat kabar lokal Kalteng Pos. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi dan model konvergensi media yang dilakukan oleh Kalteng Pos beserta pengaruh ekonomi politik medianya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan datanya berupa wawancara, observasi, dan studi literatur. Peneliti menemukan bahwa Kalteng Pos dalam konvergensi medianya mengadopsi model kontinum konvergensi, model konvergensi newsroom, dan model konvergensi content. Kemudian dalam kaitannya dengan ekonomi politik media terdapat unsur komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi dalam konvergensi media dari Kalteng Pos. (Rizaldy et al., 2022) Perbedaan dengan penelitian yang penulis angkat yaitu pada objeknya, pada penelitian ini objeknya adalah konvergensi media, sedangkan objek yang akan diangkat penulis, yaitu strategi komunikasi pemasaran media massa di era digitalisasi.
5. Jurnal penelitian Hadi Prayogo, 2019 Isna Wijayani dan Ratnu Mutialela, yang berjudul **“Konvergensi Media Tribun Lampung Dalam Persaingan Global Media Cetak Di Provinsi Lampung”**, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1)Efektivitas proses bisnis (business process) untuk mendukung program konvergensi media pada harian Tribun Lampung agar eksis di era

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

globalisasi di Provinsi Lampung 2) Ketrampilan Sumber Daya Manusia (SDM) Tribun Lampung dan solusinya serta tingkat ketersediaan infrastruktur agar dapat meningkatkan kualitas konvergensi media. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di kantor Tribun Lampung, Bandar Lampung selama dua bulan. Subjek penelitian adalah pemimpin redaksi, pemimpin perusahaan, manajer produksi, manajer liputan, manajer online, manajer iklan, manajer sirkulasi, manajer event, redaktur dan wartawan totalnya 12 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, angket, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Proses bisnis yang dilakukan sangat efektif guna mendukung kualitas konvergensi media, 2) Ketrampilan sumber daya manusia sangat dipengaruhi faktor usia dimana yang berusia di bawah 40 tahun memahami konvergensi media, sedangkan yang di atas 40 tahun kurang memahami. Solusinya adalah menyelenggarakan sosialisasi, pelatihan, dan dikunci dengan Key Performance Indicator (KPI). 3) Ketersediaan infrastruktur yang berteknologi tinggi sangat mendukung kualitas konvergensi media.(Prayogo et al., 2019) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada objek penelitiannya. Penelitian ini lebih mengidentifikasi konvergensi media dalam menghadapi persaingan global media. Sedangkan penelitian yang diangkat penulis mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Tribun Pekanbaru dalam persaingan media massa di era digitalisasi.

6. Jurnal penelitian Gunawan Saleh, 2019 yang berjudul **“Aktivitas Tim Promosi Pada Harian Tribun Pekanbaru Sebagai Pelaksana Fungsi Humas”**, Tidak semua perusahaan yang bergerak dibidang media massa dapat terus berkembang, banyak diantaranya harus jungkir balik untuk mempertahankan eksistensi perusahaannya. Kesuksesan media itu sendiri juga tidak terlepas dari kredibilitas dan citra perusahaan. Hal ini tentu saja membuat tim promosi harus bekerja lebih untuk tetap mempertahankan eksistensi dan kredibilitas perusahaan. Penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil wawancara dengan empat informan, dapat disimpulkan bahwa aktivitas tim promosi harian Tribun Pekanbaru sebagai fungsi humas adalah Tim promosi harian Tribun Pekanbaru telah melaksanakan beberapa fungsi humas, diantaranya adalah bertanggung jawab penuh terhadap brand image perusahaan, menjalin hubungan baik dengan komunitas dan costumer, serta bertindak sebagai event organizer. Tim promosi harian Tribun Pekanbaru adalah bagian yang sangat penting untuk

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

meningkatkan citra positif perusahaan melalui kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan. Tim promosi juga bertindak sebagai marketing komunikasi perusahaan.(Saleh, 2019)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis angkat yaitu pada fokus penelitiannya, pada penelitian ini mengambil fokus penelitian aktivitas tim promosi Tribun Pekanbaru sebagai fungsi humas , sementara penelitian yang akan dilakukan mengambil fokus penelitian pada strategi komunikasi pemasaran Tribun Pekanbaru.

Jurnal penelitian Nur Hasni, Hafied Cangara dan Jeanny Maria Fatimah,2019 yang berjudul **“Daya Tahan Bisnis Media Cetak Di tengah Maraknya Penggunaan Media Online Di Kota Makassar (Skh Fajar Dan Skh Tribun Timu”**. Semakin berkembangnya teknologi membuat persaingan industri media cetak semakin ketat. Surat kabar tak lagi hanya berkompetisi dengan sesama media cetak, radio, televisi saja namun kehadiran media online juga menjadi saingan bisnis untuk mendapatkan iklan serta menarik perhatian pembaca. Tidak mudah bagi bisnis media cetak seperti surat kabar untuk tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan kehadiran media online. Penelitian ini adalah metode campuran (mixed methods). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk menganalisa daya tahan bisnis Surat Kabar Harian Fajar dan Surat Kabar Harian Tribun Timur di tengah maraknya penggunaan media online di kota Makassar, sementara untuk menjawab rumusan masalah kedua tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh kedua media tersebut agar tetap bertahan di industri bisnis media cetak dilakukan dengan analisa SWOT.

Hasil Penelitian menunjukkan terjadinya peningkatan pertumbuhan pembaca pada media online, akan tetapi dari segi pertumbuhan iklan media cetak masih bertumbuh jauh di bawah media online. Kehadiran Fajar.com dan TribunNews.com dari segi pembaca memang mengalami peningkatan, akan tetapi pemasukan iklannya tidak sampai 5 % dari omset koran. Sampai saat ini, di kota Makassar pengiklan masih memilih SKH Fajar dan SKH Tribun timur untuk dijadikan media beriklan. Pada posisi seperti ini diperlukan strategi pengembangan produk yang tepat untuk meningkatkan pembaca dan pengiklan . Penentuan strategi alternatif yang dilakukan SKH Tribun Timur dan SKH Fajar diperoleh dari analisa SWOT. (Hasni et al., 2019)

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada jurnal ini membahas terkait bagaimana daya tahan bisnis media cetak di tengah maraknya

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

penggunaan media online, sementara penelitian yang akan dilakukan membahas terkait strategi komunikasi pemasaran pada era digitalisasi.

Jurnal penelitian Vience Mutiara Rumata,2018 yang berjudul “**Digitalisasi Dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah Gogirldan Harian Suara pembaharuan)**”. Kemajuan teknologi komunikasi dan informatika yang begitu pesat telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap industri media konvensional, khususnya media cetak. Internet telah merevolusi produksi, distribusi dan konsumsi informasi. Karenanya, internet telah memberikan tantangan kepada perusahaan media cetak eksisting dalam mengembangkan produk dan layanannya dalam bentuk digital. Studi ini merupakan studi kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik terkait bagaimana perusahaan-perusahaan media cetak eksisting (Suara Pembaruan dan GoGirl) menghadapi tantangan-tantangan digitalisasi. Hasilnya adalah baik Suara Pembaruan dan GoGirl tidak mengadopsi model bisnis digital secara menyeluruh. Mereka hanya fokus pada menyediakan konten secara online. GoGirl memanfaatkan Media Sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan hubungan dengan pembacanya. Di sisi lain, media sosial memberikan tantangan bagi Suara Pembaruan khususnya untuk verifikasi berita dengan cara cepat dan efektif. (Rumata, 2018)

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis angkat yaitu sama-sama membahas mengenai digitalisasi pada media massa. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya, pada penelitian terdahulu objeknya adalah digitalisasi dan eksistensi media cetak, sedangkan objek yang akan diangkat penulis yaitu strategi komunikasi pemasaran media berita.

Jurnal penelitian I Gusti Agung Laksmi Swaryputri,2020 yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Surat Kabar Harian Tribun Bali Dalam Menjaring Pembaca Dan Pengiklan**”. Komunikasi merupakan Cara seseorang atau beberapa orang dalam bertukar informasi lisan maupun tulisan. Dimana dalam mendapatkan informasi di setiap harinya merupakan suatu kebutuhan yang wajib guna mengetahui informasi terkini dari belahan dunia lain. Surat Kabar Harian Tribun Bali merupakan salah satu media cetak yang saat ini digandrungi oleh masyarakat Bali. Di samping itu harga yang sangat terjangkau sehingga masyarakat Bali dengan mudah mendapatkan informasi terkini secara merata hingga ke pelosok daerah. Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Surat Kabar Harian Tribun Bali Dalam Menjaring Pembaca dan Pengiklan” ini, bertujuan untuk mengetahui

## 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.

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

tentang strategi komunikasi pemasaran surat kabar harian Tribun Bali dalam menjaring minat pembaca dan pengiklan. Metode yang digunakan merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran Surat kabar harian Tribun Bali dibagi menjadi 2 bagian. Yaitu dalam menentukan target pembaca dengan cara; menentukan segmentasi dan target pasar, membuat rubrik berita sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mengadakan evaluasi rutin selama tiga bulan, mengadakan event yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat Bali, menjual dengan harga terjangkau, dapat diakses melalui media online dan sosial media. Selain itu dalam menentukan target pengiklan dengan Cara; melihat kebutuhan pengiklan, memasarkan melalui media online dan sosial media, tidak menjatuhkan kompetitor, melakukan survei, dan memberikan edukasi kepada pengiklan.(Laksmi Swaryputri, 2020)

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran media berita. Sedangkan perbedaan terletak pada fokus penelitian, pada penelitian terdahulu fokus penelitiannya adalah strategi Tribun Bali dalam menjaring pembaca dan pengiklan, sedangkan penelitian yang dilakukan mengambil fokus penelitian strategi Tribun Pekanbaru menghadapi persaingan media massa.

10. Jurnal penelitian Ikhwan,2020 yang berjudul **“Inovasi Media Cetak Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Tribun Timur)”**. Media cetak memang akan tetap ada, akan tetapi tingkat persaingan yang begitu ketat. Industri media cetak harus berusaha untuk melakukan penetrasi pasar seluas mungkin dengan harapan dapat meningkatkan pangsa pasar dan iklan. Berbagai strategi pun dilakukan dalam bentuk adaptasi dan inovasi dengan kemajuan teknologi. Industri media cetak harus melakukan perubahan agar dapat tetap eksis ditengah-tengah perkembangan teknologi yang tumbuh begitu pesat. Koran harus mampu mendefinisikan dirinya dari mediumnya. Koran tidak boleh konvensional dengan hanya sebuah kertas. Selain itu perlu pula bagi media cetak untuk menyajikan diri sebagai media yang benar-benar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang kini telah lebih “mobile” ditengah-tengah kehadiran media online. Adapun metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif. Hasilnya mengungkapkan bahwa konvergensi media cetak dapat mengatasi penurunan jumlah pembaca di media arus utama karena distribusi berita tidak lagi hanya bergantung pada

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.

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

koran, akan tetapi juga pada media online. Kehadiran media online ini adalah bagian dari media konvensional yang bertujuan untuk memperkuat fungsi media dari media sehingga mereka dapat memperluas jaringan pembaca melalui jangkauan yang lebih luas dari distribusi berita. Ini adalah jawaban atas tuntutan pasar agar bisa bertahan dan memenangkan pasar di era revolusi industri 4.0. Dengan demikian media cetak Tribun Timur dalam hal ini memanfaatkan media baru (new media) agar mereka dapat bertemu dan bersaing dalam upaya untuk merebut pasar dalam era revolusi industri 4.0.(IKhwan 2020)

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai strategi media berita dalam menghadapi persaingan media berita di era digitalisasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, pada penelitian terdahulu subjeknya adalah Tribun Timur sedangkan penelitian sekarang di Tribun Pekanbaru.

## 2.2 Landasan Teori

Pada sub ini akan disajikan landasan teori. Landasan teori ini memuat teori-teori dengan tujuan untuk memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan kajian teori inilah kerangka pikir akan dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

### 2.2.1 Strategi Komunikasi

#### a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti pemimpin. Strategi yang dimaksud adalah pemimpin tentara. Setelah itu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi bisa dikatakan strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni pera para jeneral (The Art of General), atau sebuah rancangan terbaik dalam memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yaitu “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segala kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. (Nugraha et al., 2022)

Istilah strategi bukan hanya digunakan dalam konteks militer saja, namun dalam bidang bisnis juga menggunakan istilah kata ini. Dalam dunia bisnis, strategi ialah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama

## 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.

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

perusahaan bisa dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.(Laksmi Swaryputri, 2020)

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, namun juga harus sebagai taktik operasional yang mampu menunjukkan arah yang tepat.

Menurut Henry Mintzberg yang merupakan ahli bisnis dan juga manajemen, membagi pengertian strategi menjadi 5 definisi diantaranya sebagai rencana (plan), strategi sebagai pola (pattern), strategi sebagai posisi (positions), strategi sebagai taktik (ploy), strategi sebagai perspektif (perspective).(Jamaludin, 2022)

- a. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (a directed course of action) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan, sama hal konsepnya strategi perencanaan.
- b. Strategi sebagai suatu pola adalah perilaku yang konsisten di masa lalu dimana strategi tersebut digunakan dengan maksud untuk digunakan sesuai dengan rencana atau maksudnya. Yang dimaksud dengan pola berbeda dengan intensi atau niat, sehingga strategi sebagai suatu pola lebih mengacu pada apa yang sedang muncul (emergent).
- c. Strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual konsumen atau pengambil kebijakan , karena itu strategi terutama ditentukan oleh faktor eksternal di luar pasar.
- d. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (competitor).
- e. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Menurut Kotler (2016), mengatakan bahwa strategi adalah perekat yang bertujuan untuk membantu memberikan nilai proposisi yang konsisten dan membangun citra yang berbeda kepada sasaran pasar, Kotler mengutip Bruce Henderson yang mengingat bahwa jika suatu bisnis tidak mempunyai keunggulan yang khas dibandingkan dengan rival-rival, maka bisnis itu tidak memiliki alasan untuk tetap berdiri. Menurut Kotler perusahaan yang memposisikan dirinya sebagai pemasar

## © Hak cipta milik 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 wajar UIN Suska Riau.

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

harus merancang strategi yang tepat guna membedakannya dengan para persaingan.(Mulitawati & Retnasary, 2020)

Strategi yang baik yaitu strategi yang tidak mudah ditiru dan mempunyai ciri khas sehingga strateginya akan bertahan lama. Kotler juga mengatakan bahwa sebuah perusahaan memiliki strategi yang unik apabila:

1. Menentukan sasaran pasar dan kebutuhan yang jelas.
2. Mengembangkan proposisi nilai yang berbeda dan unggul bagi pasar.
3. Mengatur sebuah jaringan pemasokan yang berbeda untuk menyampaikan proposisi nilai tersebut pada sasaran pasarnya.(Syuhada, 2012)

Strategi dapat bermanfaat dengan melalui kegiatan taktiknya yang bisa membangun dan menciptakan kekuatan melalui konsistensi. Selain itu arah strategi yang jelas dan kesepakatan bersama akan menyebabkan perencanaan taktis menjadi lebih mudah dan cepat.

Berkaitan dengan strategi, Istilah komunikasi pada mulanya muncul dari bahasa latin communis yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang ataupun lebih. Di lain sisi komunikasi juga berasal dari kata communico yang artinya membagi. Everett M. Rogers membuat definisi tersendiri tentang komunikasi yaitu, komunikasi merupakan proses dari sebuah ide yang disampaikan pada penerima dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. Pendapat tersebut dikembangkan lagi oleh Lawrence D. Kincaid yang menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses antara dua orang atau lebih dan saling bertukar informasi dan saling memahami satu sama lain.(Cangara 2013)

Komunikasi merupakan proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antara individu, atau antara organisasi dengan individu. Menurut Wahlstrom, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, ide, dan emosi tidak hanya secara lisan dan tertulis, tetapi juga melalui bahasa tubuh, gaya dan penampilan pribadi, serta benda-benda lain di sekitar yang menyampaikan makna. Dapat disimpulkan komunikasi merupakan proses dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang bertujuan agar pesan bisa tersampaikan dan bisa dipahami.(Amanah & Harahap, 2018)

Keberhasilan dari sebuah komunikasi ditentukan oleh penggunaan dari strategi komunikasi yang efektif. Karena jika tidak ada strategi

## © Hak cipta milik 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.

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

komunikasi yang efektif maka akan menimbulkan pengaruh yang negatif. Dalam menilai proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi yang bersumber dari para ahli, diantaranya yaitu menurut Onong Uchjana Effendy yang menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, ia menyatakan bahwa Strategi komunikasi adalah panduan untuk merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasi taktis perlu dilakukan, dalam artian pendekatannya dapat diubah sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.(Suryadi, 2018)

Rogers memberikan batasan pada pengertian dari strategi komunikasi, yaitu sebagai rancangan yang dibentuk untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang besar melalui sebuah ide-ide. Disisi lain Middleton mengungkapkan definisi strategi komunikasi sebagai kombinasi dari semua elemen komunikasi yang dimulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima pesan sampai pada pengaruh atau efek yang dibentuk dalam mencapai sebuah komunikasi yang optimal.(Cangara, 2022)

Anwar Arifin dalam bukunya *Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa “sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.(Suryadi, 2018)

Strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan empiris yang dikemukakan oleh para ahli. Namun, pertanyaan apakah strategi komunikasi yang tepat dapat digunakan sebagai teori, maka dari itu pemahaman strategi komunikasi tersebut dikemukakan oleh Harold D.Laswell. Ia menjelaskan dalam karyanya yang berjudul *The Structure and Function of Communication n Society*, cara baik dalam menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *Who says What In Which Channel to Whom With What Effect?* Pandangan Laswell menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan tersebut yaitu,

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

komunikator, (*source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*receiver, recipient, communicate*), dan juga efek (*effect, impact, influence*). Komunikasi merupakan suatu pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) komunikator (sumber) melalui sebuah saluran tertentu baik itu secara langsung ataupun tidak, sehingga memberikan efek (dampak) kepada komunikan tersebut sesuai dengan yang komunikator inginkan.(Silviana, 2020)

### b. Perencanaan Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi tentu saja akan menemukan kendala komunikasi yang sering kali terjadi, sehingga perencanaan komunikasi dibutuhkan untuk menghilangkan hambatan-hambatan yang terjadi guna meningkatkan efisiensi komunikasi. Keufman dalam Hafied Cangara memberikan pengertian tentang perencanaan sebagai suatu proses dalam menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengetahui syarat apa yang perlu dipenuhi untuk sampai ke suatu tempat dengan cara mudah dan efektif, artinya perencanaan merupakan sebagai penetapan dari sebuah spesifikasi tujuan yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan dengan cara-cara tertentu.(Suherman, 2020)

Dalam hal ini peneliti menggunakan tahap strategi komunikasi lima langkah, yang terdiri atas lima tahap, diantaranya:

Yang pertama yaitu penelitian (*research*) dimaksudkan untuk mengetahui masalah yang dihadapi suatu lembaga. Tahapan ini bertujuan untuk menemui fakta yang terjadi untuk dijadikan sebagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh lembaga dalam mengetahui penyebab awalnya. Kedua yaitu perencanaan (*plan*) merupakan tindakan yang akan diambil setelah fakta ditemukan. Dengan itu diperlukan strategi dalam pemilihan dan penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan. Ketiga yaitu pelaksanaan (*execute*) adalah tindakan yang dilakukan dalam proses penerapan dari perencanaan strategi komunikasi yang dibuat. Tahapan ini berbentuk pengorganisasian seluruh bagian-bagian di lembaga dalam menjalankan strategi yang sudah dirancang. Keempat pengukuran atau evaluasi (*measure*) yaitu untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan dan tindakan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini bisa diketahui sejauh mana strategi yang sudah dijalankan berhasil dalam mengatasi permasalahan yang terjadi. Yang terakhir yaitu pelaporan (*report*) merupakan tahapan terakhir yang dilakukan yang dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk

**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.

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

dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi kedepannya.(Cangara, 2022)

**c. Tahapan Strategi Komunikasi**

Dalam penetapan strategi perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen komunikasi yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell yang dijelaskan dalam buku Perencanaan & Strategi Komunikasi oleh Hafied Cangara yaitunya *Who says What In Which Channel to Whom With What Effect*. Karena itu strategi yang akan dilakukan harus diawali dengan langkah-langkah, diantaranya:(Cangara, 2022)

**1. Who (siapa)**

Memilih dan Menetapkan Komunikator. Komunikator menjadi sumber utama dan sebagai kendali terhadap semua aktivitas komunikasi. Jika proses komunikasi tidak berjalan dengan baik, bisa dipastikan bahwa kesalahan utamanya berasal dari komunikator, karena komunikator tidak bisa memahami penyusunan pesan, memilih media, dan melakukan pendekatan pada khalayak sebagai target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, seorang komunikator bertindak sebagai ujung tombak dalam suatu program, memiliki ide dan penuh dengan daya kreativitas. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator, diantaranya; tingkat kepercayaan orang lain pada dirinya (*kredibilitas*)/ daya Tarik (*attractive*), kekuatan (*power*). Jika ketiganya sudah dikuasai maka strategi komunikasi akan bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan awalnya.

**2. Says What (Mengatakan Apa)**

Berkaitan dengan Teknik Menyusun Pesan. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan seseorang dalam bentuk simbol-simbol dan dirasakan serta diterima oleh khalayak dalam bentuk seperangkat makna. Pesannya akan berbeda-beda tergantung program yang sebenarnya ingin disampaikan. Apakah persuasif dan provokatif, persuasif dan mendidik, atau informatif. Sedangkan permasalahan kedua dalam produksi berita adalah sifat dari produk itu sendiri, apakah asli atau tidak.

Untuk mengelola serta menyusun pesan yang aktif perlu memerhatikan beberapa hal, yaitu:

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

- a. Harus menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis
- b. Mampu mengemukakan argumentasi secara logis. Untuk itu harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disajikan.
- c. Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa, serta gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar.

### 3. In Which Channel (Melalui Saluran Apa)

Berkaitan dengan Media dan Saluran Komunikasi. Memilih media komunikasi tentunya harus mempertimbangkan karakteristik dari isi dan tujuan isi dari pesan yang akan disampaikan, dan juga memperhatikan jenis media yang dipakai oleh khalayak. Media dan saluran komunikasi dibagi menjadi 2 golongan, diantaranya:

- a. Media lama, yang terdiri dari media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media format kecil, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, saluran komunikasi antarpribadi, saluran komunikasi tradisional.
- b. Media baru, yang terdiri dari internet dan media sosial

### 4. To Whom (Kepada Siapa)

Berkaitan dengan Menetapkan Target Sasaran. Masyarakat merupakan target utama dari sasaran program komunikasi, karena memahami masyarakat merupakan suatu keharusan, sebab semua jenis aktivitas komunikasi akan mengarah pada masyarakat. Untuk memahami dan mengetahui target sasaran dari sebuah strategi, perlu dimulai dengan cara memetakan (*scanning*) karakteristik Masyarakat, yakni:

- a. Aspek sosiodemografik, mencakup pada usia, jenis kelamin, pekerjaan, Pendidikan, tingkat pendapatan (*income*), agama, ideologi, etnis, dan termasuk pemilihan media.
- b. Aspek profil psikologi, mencakup perilaku dari kejiwaan masyarakat, misalnya temperamen, tenang, sabar, terbuka, emosional, tidak sabar, dendam, anti pasti, terus terang, tertutup, berani, penakut.
- c. Aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaan suatu Masyarakat. Misalnya agamis, santun, suka pesta dan mabuk-mabukan, suka menabung, suka protes, tenggang rasa, pelit dan ekonomi individual, jujur, tanggung jawab.

**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 wajar UIN Suska Riau.

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

## 5. With What Effect (Dengan Efek Apa)

Berkaitan dengan Menganalisis Efek Komunikasi. Program komunikasi yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan yaitu memengaruhi target khalayak. Pengaruh atau efek merupakan perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh khalayak sebelum dan sesudah menerima pesan. Ada empat macam efek perubahan yang bisa ditimbulkan, yaitu:

- a. *Turbulent*: perubahannya cepat dan luas dan memerlukan waktu yang singkat antara 1 – 2 tahun.
- b. *Unstable*: perubahannya cepat tapi kecil dan memerlukan waktu penanganan 2 – 3 tahun.
- c. *Transitional*: lambat tapi perubahannya luas dan memerlukan waktu 3 – 5 tahun.
- d. *Stable*: lambat dan perubahannya kecil dan memerlukan waktu 5 – 20 tahun.

Sebagai pendukung indikator dari strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Lasswell, berikut ini terdapat beberapa unsur-unsur komunikasi atau elemen komunikasi yang dijadikan sebagai penunjang dalam sebuah proses strategi komunikasi, diantaranya:(Silviana, 2020)

### 1. Sumber

Ialah pihak yang menyampaikan pesan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain: komunikator, pengirim, atau dalam bahasa inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

### 2. Pesan

Ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima.Dalam bahasa inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

### 3. Media

Ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film,

**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.

televisi, dan internet, serta media alternatif lainnya misalnya poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, buletin, stiker, dan semacamnya.

**4. Penerima**

Ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver, audience, atau decoder*.

**5. Pengaruh atau Efek**

Ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang.

**6. Umpulan**

Ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber.

**7. Lingkungan**

Ialah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan waktu.

**2.2.2 Persaingan Media**

Menurut Mudrajad Kuncoro, persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan media adalah kompetisi antar perusahaan media untuk menarik perhatian audiens, iklan, dan pangsa pasar. Persaingan ini bisa terjadi di berbagai platform, seperti televisi, radio, cetak (koran/majalah), dan media digital (situs berita, media sosial, streaming).(Kuncoro, 2005)

Bentuk-bentuk persaingan media:

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

1. Persaingan Konten, yaitu Media bersaing dalam menyajikan berita atau hiburan yang lebih menarik, cepat, akurat, dan relevan.
2. Persaingan Teknologi, yaitu Inovasi dalam penyajian konten, seperti penggunaan AI, realitas virtual, atau antarmuka yang lebih ramah pengguna.
3. Persaingan Audiens, yaitu siapa yang dapat menarik dan mempertahankan perhatian audiens, terutama di era digital ketika perhatian sangat terbagi.
4. Persaingan Iklan dan Pendapatan, yaitu media berlomba-lomba mendapatkan pemasang iklan, yang kini juga mempertimbangkan data dan efektifitas tayangan.
5. Persaingan Distribusi dan Akses, yaitu media yang bisa diakses lebih mudah (via aplikasi, situs mobile-freindly, media sosial) punya keunggulan kompetitif.

Michael E. Porter dalam strategi kompetitif mengatakan bahwa dalam strategi kompetitif, pertandingan pada suatu perusahaan harus terpusat pada intensitas persaingan di dalam perusahaan. Di mana tingkat dari intensitas ditentukan oleh kekuatan persaingan.(Porter, 2002)

Pesaing (*Competitor*) adalah organisasi lain yang menjalaskan bisnis yang sama dengan organisasi. Karena bisnis yang dijalankan sama, maka pesaing merupakan tangangan (sekaligus ancaman) yang dihadapi organisasi dalam meraih pelanggan. Kepentingan yang terjadi di pasar adalah persaingan yang sehat dan tetap menjaga etika, norma, dan peraturan serta tetap menjunjung tinggi hak-hak konsumen. (Sudaryono, 2015). Persaingan dalam suatu industri terus-menerus menekan tingkat hasil pengembalian modal yang ditanamkan (*rate of return on invested capital*) menuju tingkat hasil pengembalian dasar yang bersaing, atau tingkat pengembalian yang dinikmati oleh industri yang dalam istilah ekonomi dinamakan industri “persaingan sempurna”. Tingkat pengembalian dasar yang bersaing, atau tingkat pengembalian “pasar bebas” ini kurang lebih sama dengan tingkat bunga obligasi pemerintah jangka panjang setelah disesuaikan keatas dengan resiko kerugian modal. Kekuatan gaya persaingan dalam suatu industri menentukan tingkat seberapa jauh arus masuk investasi ini akan terjadi dan mengendalikan tingkat pengembalian menuju tingkat pasar bebas, dan dengan demikian

## © Hak cipta milik 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.

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

juga mengendalikan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan tingkat pengembalian yang diatas rata-rata.

Rivalitas (*rivalry*) di kalangan pesaing yang ada berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi dengan menggunakan taktik-taktik seperti persaingan harga, perang iklan, introduksi produk, dan meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan. Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi. Pada kebanyakan industri, gerakan persaingan oleh suatu perusahaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap para pesaingnya dan dengan demikian dapat mendorong perlawanan atau usaha untuk menandingi gerakan tersebut artinya, perusahaan-perusahaan saling tergantung satu sama lain (*multually dependent*). (Kuncoro, 2005)

### 2.2.3 Media Online

Dengan menjamurnya penggunaan internet saat ini yang didukung kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadi adanya pemekaran (konvergensi) dari media media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan adanya new media atau media baru. Yaitu mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real time”.(Kholik, 2021)

Media online disebut juga dengan digital media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online secara umum yaitu segala jenis atau format media yang hanya dapat diakses melalui internet yang berisikan teks, foto, video dan suara. Media online juga dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list, website, blog dan media sosial (sosial media) juga masuk dalam kategori media online.(Muliawanti, 2018)

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Yang didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online dll dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user untuk memanfaatkannya. Kehadiran media online memunculkan generasi baru jurnalistik yakni jurnalistik online. Jurnalistik

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

online (online journalism) disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism – radio dan televisi).(Pamuji, 2019)

Media online dapat diartikan sebagai media yang dapat diakses melalui internet. Asep Syamsul M. Romli, membagi beberapa karakteristik media online yaitu:

1. Multimedia, yaitu dapat memuat atau menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas, yaitu berisi informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat, yaitu saat berita diposting atau diupload, berita dapat langsung diakses oleh semua orang.
4. Update, yaitu pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya dalam kesalahan ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas, yaitu halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilitas, yaitu pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.(Pamuji, 2019)

Jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet dan website. Jurnalistik dipahami sebagai penulisan, penyusunan, peliputan serta penyebaran informasi secara luas melalui media massa. Dalam jurnalistik online ini, proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media internet. Perkembangan internet yang pesat saat ini telah melahirkan beragam bentuk media online seperti contohnya website dan portal yang digunakan sebagai media untuk menyebarkan berita dan informasi.(Kencana et al., 2021)

Di dalam media online, teknologi menjadi faktor penentu. Perbedaan wartawan online dengan wartawan media lainnya adalah pada tantangan berita cyber yang begitu cepat dalam setiap menit perubahannya, dan ruang pemberitaan yang sebatas layar monitor. Dan pemberitaannya dapat ditanggapi secara langsung oleh khalayak, dan



## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

dapat terhubungkan dengan berita, arsip dan sumber lain melalui format hyperlinks.(Kholik, 2021)

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, pen-

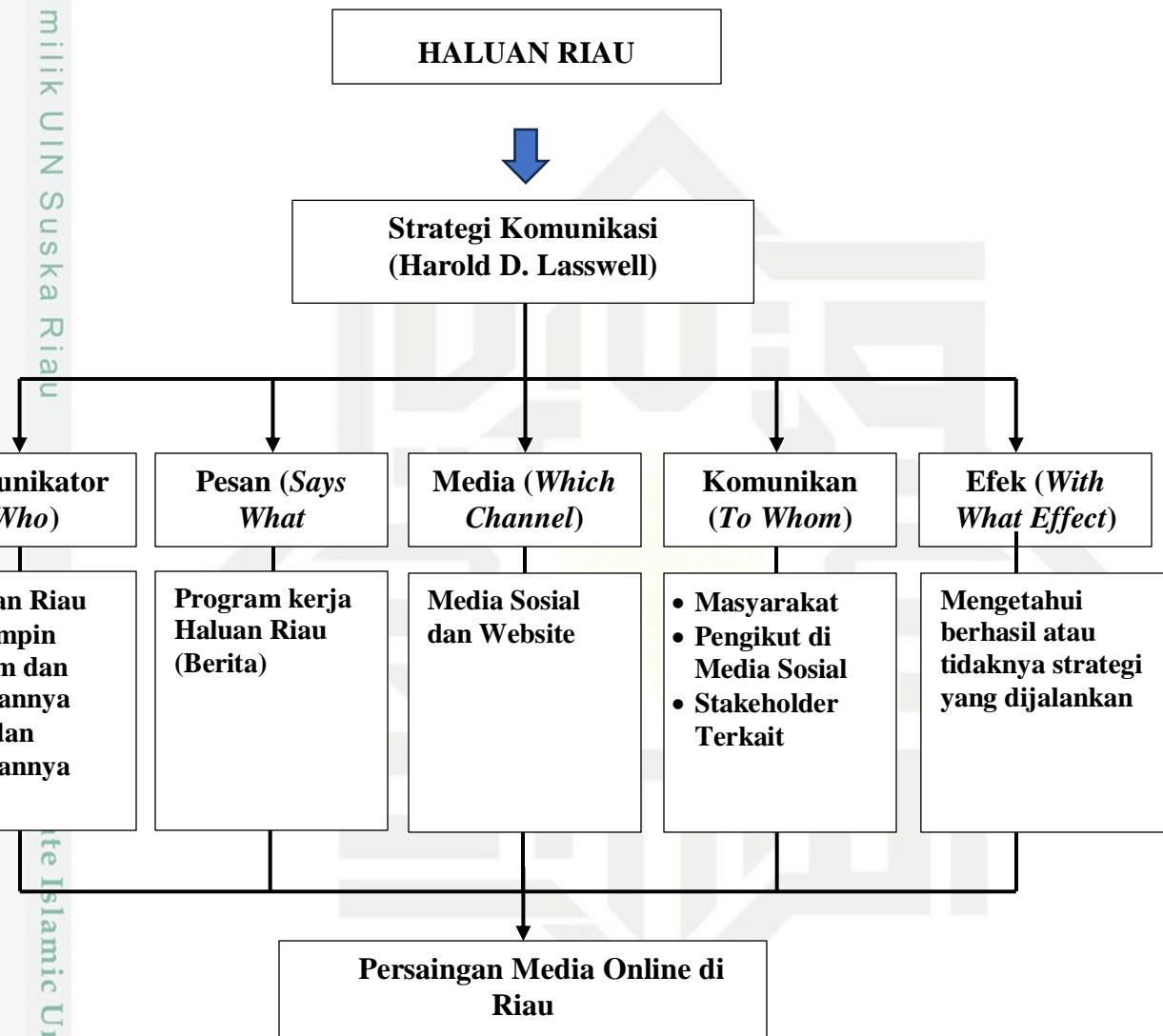
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar

UIN Suska Riau.

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

ebutkan sumber:  
penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber: Olahan Peneliti

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 III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dalam upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta dan bukti yang ada. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat dinikmati dari individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh.(Jamaludin, 2022)

Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan kenyataan yang terjadi secara benar dan berkenaan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini juga mendeskripsikan data, dan deskripsi tersebut berasal dari hasil pengumpulan data yang valid dan telah di persyaratan dalam penelitian yakni wawancara, observasi, studi dokumen dan melakukan triangulasi.(Kuncoro, 2005)

Berdasarkan paparan mengenai jenis penelitian deskriptif kualitatif, maka penelitian ini selanjutnya akan diteliti secara mendalam dan juga semua yang diteliti akan dibahas secara sistematis. Sehingga penelitian ini akan menjelaskan secara lebih mendalam tentang bagaimana Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau.

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

##### a. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Haluan Riau yang berada di Jalan Tuanku Tambusai No.439, Tangkerang Barat, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

##### b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan oleh penulis pada bulan April 2025 – Juni 2025.

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

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumbernya, data penelitian kualitatif ini dibedakan menjadi dua yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya atau pihak pertama, berupa subjek maupun pengamatan terhadap peristiwa atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Dalam penelitian ini data primer didapatkan secara langsung dari pihak Haluan Riau melalui wawancara.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui media atau sumber lain. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti bentuk lainnya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder dapat disajikan dalam bentuk dokumentasi hasil observasi dan wawancara lapangan sebagai bahan penunjang informasi penelitian.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang diwawancara atau diminta informasi dan keterangan oleh pewawancara mengenai suatu masalah yang sedang diteliti, dan informan berperan sebagai narasumber selama proses penelitian berlangsung.(Gunawan, 2013) Informan yang peneliti tentukan adalah orang-orang yang menjalankan tugas dan ikut berperan dalam merumuskan dan menjalankan strategi komunikasi Haluan Riau yang terdiri dari Departemen Bisnis dan Departemen Redaksi. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah:

**Tabel 3.1** Informan Penelitian

No	Nama Informan	Jabatan	Informan
1	Syahfari	Manajer Bisnis & Pengembang	Informan Utama
2	Bilhaqi Amjada A'raaf S.I.Kom	Redaktur	Informan Pendukung

**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.

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

3	Magi Aisyah Putri S.I.Kom	Staf Media Sosial	Informan Pendukung
---	------------------------------	-------------------	--------------------

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung dengan bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi atau berulang-ulang secara intensif. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atau respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban dan dilakukan dengan seperti mengobrol pada biasanya.(Jamaludin, 2022)

Wawancara ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi. Melalui wawancara peneliti bisa mendapatkan informasi yang mendalam sehubungan dengan strategi komunikasi pemasaran di Tribun Pekanbaru. Data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut dijadikan sebagai data primer, yaitu data yang diperoleh dari informan melalui wawancara langsung ataupun wawancara tidak langsung yang dilakukan oleh peneliti di lokasi penelitian.

#### 2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilakukan menggunakan pancaindra. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset yang mencakup interaksi dan percakapan yang terjadi anta subjek yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan melalui observasi, peneliti mengamati segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi komunikasi pemasaran pada media tersebut. Melalui dari penyusunan perencanaan dan pelaksanaan strategi inisiatif perusahaan yang mencakup tentang konten produk media, pendistribusian produk, program marketing, promosi hingga evaluasi pelaksanaan program strategi tersebut.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data secara tidak langsung yang ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian

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 wajar UIN Suska Riau.

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

yang ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung kepercayaan serta pembuktian atas suatu kejadian. Data yang dikumpulkan bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar dan foto publikasi. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk mengungkap peristiwa, objek dan tindakan-tindakan yang dapat menambah pemahaman peneliti terhadap masalah yang diteliti.(Kuncoro, 2005)

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk menggali informasi atau pengetahuan yang ada hubungannya dengan penelitian melalui dokumentasi kegiatan. Dalam hal ini, yakni kegiatan yang dilakukan oleh Tribun Pekanbaru dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran, seperti dokumentasi laporan, proposal marketing, paket-paket harga iklan, kegiatan-kegiatan *event* dan promosi.

### 3.6 Validitas Data

Validitas berasal dari kata *validity* yang artinya berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam literatur lain disebutkan bahwa validitas dari suatu perangkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengatur apa yang seharusnya diukur.(Kuncoro, 2005)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, karena ada triangulasi ini dapat dilakukan dengan mencari dan memperoleh data dari sumber yang berbeda seperti dengan melakukan observasi serta dokumentasi, yang dimana tujuannya adalah untuk memperkuat keabsahan data serta meningkatkan validitas penilaian. Serta membandingkan antara hasil wawancara dengan informan yang berbeda, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang diperoleh serta juga dengan membandingkan dokumen yang telah diperoleh dengan dokumen dari hasil pengamatan secara langsung.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini adalah rangkaian dimana kegiatan penelitian dalam mengelompokkan, penafsiran secara sistematis data yang diperoleh. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Dalam analisis ini terdiri dari tiga alur yang dilakukan secara bersamaan diantaranya yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.(Gunawan, 2013)

1. Reduksi Data

© Hak cipta milik 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.

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

Reduksi data merupakan bentuk analisis dengan menggolongkan, mengarahkan serta membuang yang tidak perlu. Kegiatan dari reduksi data dilakukan secara terus menerus dalam sebuah proyek yang berorientasi pada kualitatif yang berlangsung selama pengumpulan data. Dan data kualitatif dapat disederhanakan dalam aneka macam cara seperti seleksi, ringkasan, dan juga menggolongkan ke dalam suatu pola yang lebih luas.

## 2. Mendisplay Data

Mendisplay data atau penyajian data yaitu sebagai kumpulan informasi yang memberikan kemungkinan pada penarikan kesimpulan dan juga dalam pengambilan tindakan. Pada penelitian kualitatif penyajian data yang sering digunakan adalah dalam bentuk teks narasi. Dikarenakan manusia tidak mampu menerima informasi dalam jumlah besar, maka perlu untuk menyederhanakan informasi yang kompleks dalam bentuk kesatuan yang sederhana dan mudah dipahami. Penyajian data tersebut dapat dilakukan dalam berbagai jenis seperti matriks, grafik, dan juga bagan.

## 3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan pada penelitian kualitatif diawali dengan mencari arti benda-benda yang mencatat keteraturan, pola-pola, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proporsi. Kesimpulan terakhir kadang tidak muncul sampai pada pengumpulan data berakhir, bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, kode, penyimpanan dan metode pencairan ulang yang digunakan, serta kecakapan peneliti dan tuntutan pemberi. Verifikasi bisa saja sesingkat pemikiran yang melintas di pikiran penganalisis selama menulis. Makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kecocokannya serta kekuuhannya dengan melalui validitasnya.

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 IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Sejarah Haluan Riau

Sejarah Berdirinya Harian Umum Haluan Riau PT. Inti Kharisma Mandiri Riau (IKMR) Pekanbaru, di dirikan pada hari Kamis tanggal; 21 Agustus 2000, berdasarkan Akta Notaris No. 20, yang bernama Eddy Sumantri, SH di Pekanbaru. Perusahaan ini berkedudukan di Jln. Tuanku Tambusai No. 7 Pekanbaru. Modal awal pendirian perusahaan ini sebesar Rp. 10.000.000.000,- (Sepuluh miliar rupiah) terbagi atas 2000 (dua ribu) saham, masing-masing saham bernilai nominal sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah).

Dari modal dasar tersebut telah ditempatkan oleh para pendiri, yaitu:

- a. Tuan Haji Basrizal Koto sebanyak 165 (seratus enam lima) saham, atau sebesar 55%.
- b. Tuan Tatang Istiawan Witjaksono sebanyak 45 (empat puluh lima) saham, atau sebesar 15%.
- c. Ny. Hajjah Mukhniarti Basrizal sebanyak 45 (empat puluh lima) saham, atau sebesar 15%.
- d. Tuan Eddy Zahar Koto, MBA sebanyak 45 (empat puluh lima) saham, atau sebesar 15%.

Sehingga seluruhnya berjumlah 300 (tiga ratus ) saham dengan nilai nominal atau sebesar Rp. 1.500.000.000,- (satu miliar lima ratus juta rupiah). Seratus persen dari nilai nominal setiap saham yang telah ditempatkan tersebut di atas, atau seluruhnya berjumlah Rp. 1.500.000.000,- (satu miliar lima ratus juta rupiah ) telah di setor penuh dengan uang tunai kepada perseroan oleh masing- masing pendiri pada saat penandatanganan akta pendirian ini. Seiring dengan berjalannya waktu, Harian Umum Riau Mandiri pun berubah nama menjadi Harian Umum Haluan Riau . Hal ini di sebabkan karena, terjadinya pembelian saham oleh Pimpinan Umum Riau Mandiri yaitu H. Basrizal Koto, terhadap perusahaan Sumbar Mandiri yang sebelumnya sudah sempat terdiam, sehingga H. Basrizal Koto memiliki tiga perusahaan yang sama-sama bergerak di bidang penjualan koran, dan ia berinisiatif untuk menggabungkan nama ketiga perusahaan tersebut menjadi satu kesatuan, di mana ketiga perusahaan tersebut adalah :

- a) Sumbar Mandiri yang berubah menjadi Haluan.

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.

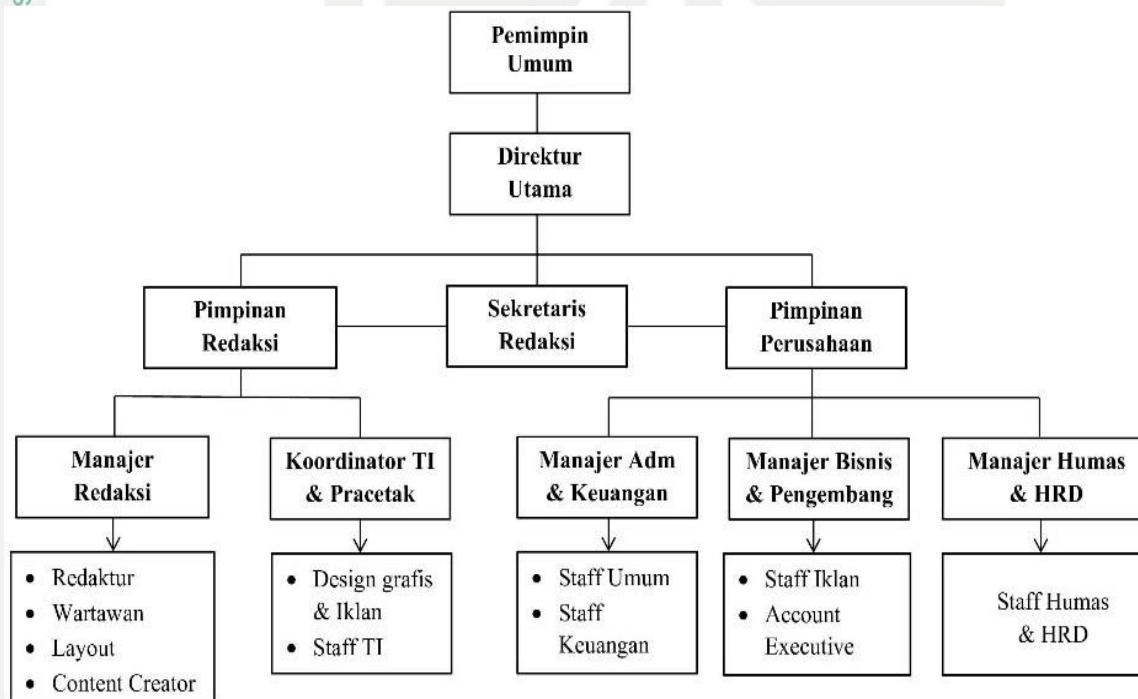
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Riau Mandiri yang berubah menjadi Haluan Riau.
- c) Sejori Mandiri yang berubah menjadi Haluan Kepri

#### 4.2 Letak Geografis Haluan Riau

Haluan Riau terletak di Jl. Tuanku Tambusai No.439, Tengkerang Bar., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28122.

#### 4.3 Struktur Kepemimpinan Haluan Riau



Tabel 4.1 Struktur Haluan Riau

#### 4.4 Tugas dan Fungsi Struktur Kepemimpinan Haluan Riau

##### 1. Pemimpin Umum

Tugas Pokoknya: Memimpin usaha dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan direktur utama Harian Haluan Riau, sebagai penerbit Harian Haluan Riau:

- a) Memberikan arahan kebijakan yang akan ditempuh perusahaan.
- b) Melakukan kerjasama untuk kepentingan dan kemajuan perusahaan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

- c) Memutuskan usulan-usulan program yang masuk baik dari tim manajemen maupun dari pihak eksternal.
  - d) Memutuskan usulan-usulan dewan redaksi.
2. Direktur Utama
    - a) Bertanggung jawab atas pengembangan dan implementasi strategi jangka panjang perusahaan untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan.
    - b) Memimpin tim eksekutif dan mengawasi operasional harian perusahaan, termasuk editorial, produksi konten, penjualan iklan, dan distribusi.
    - c) Mendorong inovasi dalam produk dan layanan media, termasuk adaptasi terhadap perubahan teknologi dan tren industri.
    - d) Mewakili perusahaan di hadapan pemegang saham, mitra bisnis, regulator, dan masyarakat umum. Membangun dan memelihara hubungan baik dengan semua pihak terkait
  3. Pemimpin Redaksi

Tugas pokoknya: Mengelola isi redaksional secara bertanggung jawab untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan Pemimpin Umum:

    - a) Memberikan arah kebijakan redaksional, terutama yang berkaitan dengan perilaku wartawan yang tidak terpuji.
    - b) Melakukan kerjasama dengan dewan redaksi dan redaktur pelaksana untuk meningkatkan kinerja reporter, koresponden dan jajaran redaksi dalam memacu Haluan Riau menjadi surat kabar berpengaruh yaitu memposisikan surat kabar nomor satu di Provinsi Riau, khususnya di Pekanbaru.
    - c) Mengontrol semua informasi, baik tulisan dari p akar, kantor berita maupun liputan wartawan sekaligus kolom-kolom yang dapat merugikan atau tidak sesuai misi Haluan Riau.
  4. Sekretaris Redaksi

Berikut adalah beberapa tugas utama dari seorang sekretaris redaksi dalam media:

    - a) Mengatur jadwal rapat redaksi, pertemuan editorial, dan acara penting lainnya. Memastikan kolaborasi yang efisien antara departemen editorial dan tim lainnya seperti produksi dan distribusi.



© Hak cipta milik 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.

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

- b) Mengelola dokumen penting seperti naskah, kontrak dengan penulis atau kontributor, dan persyaratan administratif lainnya. Ini termasuk pengaturan dan pemeliharaan sistem file yang teratur dan efisien.
- c) Menangani surat menyurat dan komunikasi lainnya antara redaksi dan penulis, pembaca, atau mitra media lainnya. Hal ini juga termasuk memastikan semua permintaan dan pertanyaan dijawab dengan tepat waktu.
- d) Membantu memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan memenuhi standar editorial perusahaan, seperti gaya penulisan, aturan ejaan, dan kebijakan editorial.

#### 5. Pemimpin Perusahaan

Tugas pokoknya: Membantu Pemimpin Umum/Wakil Pemimpin Umum mengembangkan usaha sekaligus pengendalian biaya dan penagihan yang paling tidak merugikan perusahaan:

- a) Membina dan mengontrol tugas-tugas kepala bagian sirkulasi dan distribusi.
- b) Membina dan mengontrol tugas-tugas kepala bagian iklan dan promosi.
- c) Menjalankan pengarahan dan sekaligus mengkoordinasikan semua staf bidang usah guna tercapainya misi penerbitan Haluan Riau yaitu menjadi Koran nomor satu di Riau.

#### 6. Manager Redaksi

Tugas pokoknya: Membantu Pemimpin Redaksi, baik diminta atau tidak berkaitan dengan kinerja redaktur, reporter, layout dan content creator, koresponden, grafis, dan produksi serta pusdok / litbang, baik yang masih pengelolaan SDM yang telah ditetapkan Direktur Umum Harian Haluan Riau.

#### 7. Koordinator TI dan Pracetak

Berikut adalah beberapa tugas utama dari seorang Koordinator TI dan Pracetak dalam media, yang menyangkut Design Grafis dan Iklan serta Staff TI:

- a) Bertanggung jawab atas pengelolaan dan pemeliharaan semua sistem dan perangkat keras komputer yang digunakan dalam operasi media, termasuk server, jaringan komputer, dan perangkat penyimpanan data.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

b) Memastikan aplikasi dan sistem khusus untuk media (misalnya CMS- Content Management System) berfungsi dengan baik dan diperbarui secara berkala untuk mendukung kebutuhan editorial dan produksi konten.

c) Memberikan dukungan teknis kepada tim editorial dan produksi dalam penggunaan perangkat lunak dan perangkat keras. Memecahkan masalah teknis yang mungkin muncul dengan cepat dan efektif.

d) Mengelola integrasi antara berbagai sistem dan platform yang digunakan dalam media, seperti sistem manajemen konten, sistem email, dan sistem analisis data.

e) Mengelola proses produksi sebelum pencetakan, termasuk persiapan berkas untuk pencetakan, pengaturan warna, dan uji cetak untuk memastikan kualitas hasil cetak yang baik.

f) Memantau dan mengevaluasi kualitas teknis dari semua produk media sebelum dipublikasikan atau dicetak.

#### 8. Manajer Admininastrasi Keuangan

Tugas pokoknya Manajer Admininastrasi Keuangan yang menyangkut staff Umum dan Staff Keuangan:

a) Melakukan pengarahan, pemantauan dan pengelolaan keuangan organisasi secara efisien untuk kepentingan perusahaan.

b) Melakukan pembayaran gaji pegawai sekaligus honor penulis kolom, reporter, dan koresponden.

c) Melakukan pembayaran kepada penjaga kantor dan petugas parkir.

d) Mengendalikan penagihan penjualan koran, iklan, pariwaran, sponsor artikel, dan off-print.

e) Mengontrol pengguna keuangan bagian redaksi, promosi, dan bagian sirkulasi/distribusi.

f) Membantu Pemimpin perusahaan mengkaji secara periodic, cash-in, dan cashflow perusahaan guna mencapai tingkat kesehatan usaha.

#### 9. Manajer Bisnis dan Pengembang

Berikut ini adalah beberapa tugas utama dari seorang Manajer Bisnis dan Pengembang dalam media yang meliputi Staff Iklan dan Account Executive:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 wajar UIN Suska Riau.

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

- a) Merancang dan mengimplementasikan strategi jangka panjang untuk pertumbuhan perusahaan media, termasuk diversifikasi produk, ekspansi pasar, dan pengembangan inovasi.
- b) Melakukan analisis pasar untuk memahami tren industri, perilaku konsumen, dan pesaing. Menggunakan data ini untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengelola risiko.
- c) Mengelola hubungan dengan mitra strategis, pemasok, dan perusahaan media lainnya untuk menciptakan peluang kemitraan yang saling menguntungkan. Bertanggung jawab atas negosiasi kontrak dan persyaratan bisnis.
- d) Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan citra merek perusahaan media. Mengelola kampanye pemasaran yang melibatkan berbagai platform dan saluran media.

#### 10. Manajer Humas dan HRD

Berikut adalah beberapa tugas utama dari seorang Manajer Humas dan HRD dalam media:

- a) Merancang dan melaksanakan strategi komunikasi untuk membangun citra positif perusahaan media di mata publik, pembaca, pemirsa, dan pemangku kepentingan lainnya.
- b) Menjalin hubungan yang baik dengan media massa, memfasilitasi wawancara, konferensi pers, dan pemberitaan yang menguntungkan bagi perusahaan. Menangani krisis dan manajemen reputasi.
- c) Mengawasi identitas merek dan citra perusahaan dalam kampanye promosi, acara khusus, dan platform media sosial. Memastikan konsistensi dalam pesan yang disampaikan kepada publik.
- d) Menulis dan mendistribusikan materi pers, rilis berita, dan artikel yang mendukung tujuan komunikasi perusahaan. Memastikan konten PR relevan dan berdampak.
- e) Melacak cakupan media, memantau opini publik tentang perusahaan, dan melakukan evaluasi dampak strategi komunikasi yang dilakukan.
- f) Mengelola kemitraan dengan pihak luar, sponsor acara, dan acara khusus untuk membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat dan komunitas lokal.



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

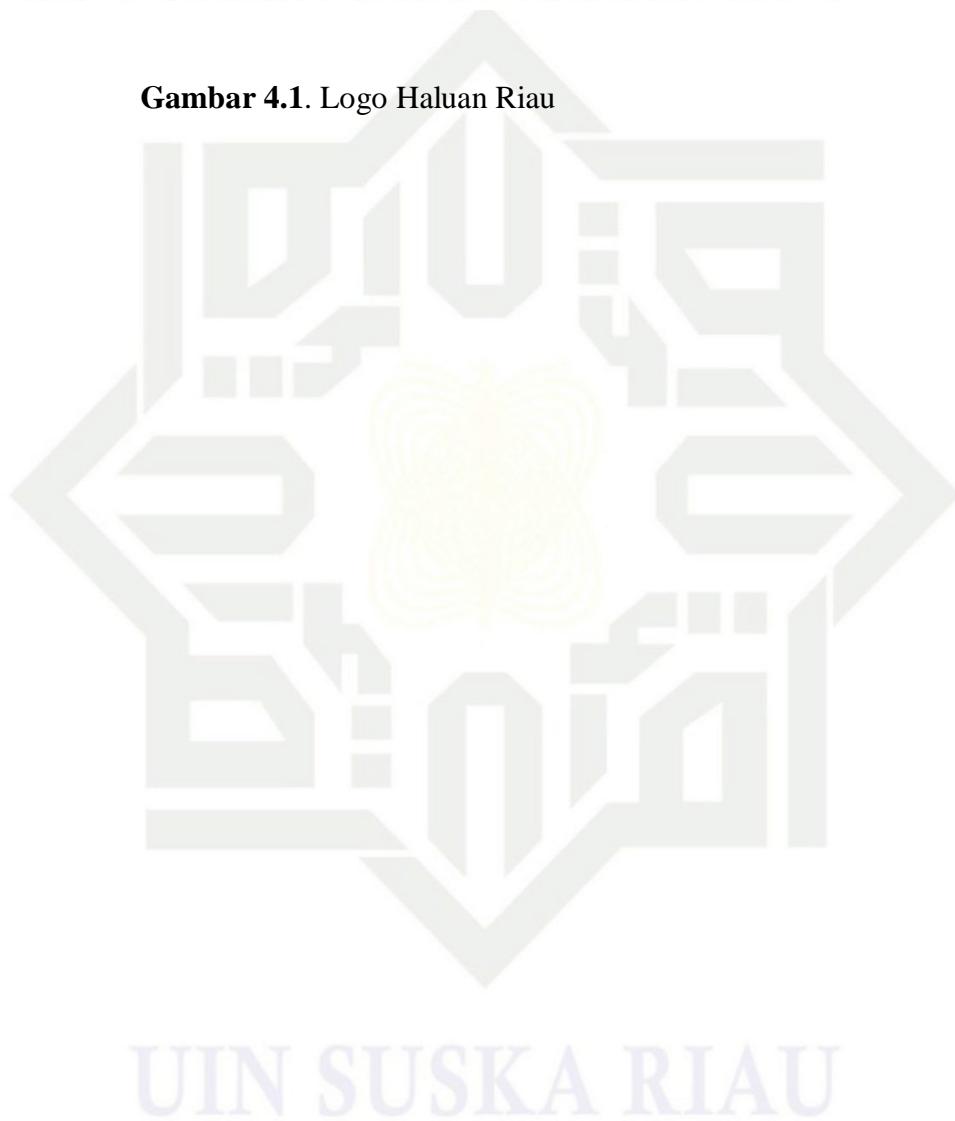
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

#### 4.5 Logo Haluan Riau

# Haluan Riau

Gambar 4.1. Logo Haluan Riau



## 6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Haluan Riau Dalam Menghadapi Persaingan Media Online di Riau dengan merujuk pada teori Harold D. Lasswell yang mempertanyakan “Who says What In Which Channel to Whom With What Effect”, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan media online perlu digunakan strategi dengan menggunakan langkah-langkah diantaranya yaitu:

Pertama, Haluan Riau sebagai komunikator berkolaborasi dengan stakeholder terkait dalam menjalankan strategi komunikasi yang efektif. Supaya strategi yang sudah direncanakan bisa mencapai target tertentu agar persaingan media online di dunia digital bisa diatasi tanpa harus meninggalkan media lama sebagai ciri khasnya. Kedua, pesan yang disampaikan Haluan Riau bersifat informatif dan edukatif serta menyesuaikan dengan kebutuhan audiens. Ketiga, media sosial dan webiste sebagai saluran utama dalam menyebarkan pesan karena dengan menggunakan saluran tersebut popularitas dan kemampuan dalam berinteraksi secara langsung dengan pengikut, sehingga membantu Haluan Riau dalam menjaga keterbukaan informasi dan responsivitas terhadap khalayak. Keempat, menganalisis komunikasi yang menjadi pengikut dengan memperhatikan interaksi terhadap konten yang diproduksi oleh Haluan Riau dengan menunjukkan keterlibatan yang baik dan memperhatikan demografi pengikut serta preferensi mereka dalam memahami audiens sebagai komunikasi. Yang terakhir adalah efek yang didapatkan berupa respon yang baik dari audiens Haluan Riau di media sosial dan juga kehidupan langsung yang dibuktikan dengan peminat konten yang di produksi oleh Haluan Riau terus meningkat yang artinya keberadaan Haluan Riau di media sosial disambut baik oleh khalayak, begitupun juga di kehidupan langsung. Haluan Riau tetap aktif dalam bekerja sama dengan siapapun dalam mensponsori sebuah acara.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada Haluan Riau maka peneliti memberikan saran yang diharapkan mampu menjadi bahan masukan dan pertimbangan kedepannya. Saran yang penulis berikan adalah:

© Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alber, A. (2018). Analisis Kesalahan Penggunaan Frasa pada Tajuk Rencana Surat Kabar Kompas. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(1), 55. <https://doi.org/10.26499/madah.v9i1.689>
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Cangara, H. (2022). *PERENCANAAN & STRATEGI KOMUNIKASI*. PT RajaGrafindo Persada.
- Farahdiba, D. (2020). KONSEP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MENUJU ERA DISRUPSI. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Gareth, H. (2015). *Peluang dan Tantangan Jurnalisme di Digital Usia: Asia dan Eropa Perspektif*.
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik (Jakarta: Bumi Aksara, 2013). *Jakarta:Bumi Aksara*.
- Hasni, N., Cangara, H., & Fatimah, J. M. (2019). DAYA TAHAN BISNIS MEDIA CETAK DITENGAH MARAKNYA PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DI KOTA MAKASSAR (SKH FAJAR DAN SKH TRIBUN TIMUR ). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- <Https://www.bing.com/ck/a/?!&&p=7304821a1a15ff41bfc08b659f9584fe922caf9fb2f03fd17ee0e4e2656847bJmltdHM9MTczMTU0MjQwMA&ptn=3&ver=2&hs=h=4&fclid=0d8888da-cf30-6c11-2511-9b14ce9f6dd7&psq=daftar+perusahaan+media+berita+di+riau&u=a1aHR0cHM6Ly9pZC53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvRGFmdGFyX3BlcnVzYWhhYW5fbWVkaWFfbWFzc2FfZGlfSW5kb25lc2lh&ntb=1>. (n.d.).
- IKhwani. (n.d.). *INOVASI MEDIA CETAK DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (STUDI KASUS TRIBUN TIMUR)*.
- Jamaludin. (2022). Tranformasi Digital Era disrupsi Industri 4.0. *Yayasan Kita Menulis*.
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(2), 136–145. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1509>

- Kholid, K. (2021). Peran Media Penyiaran di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 2(1), 51–55. <https://doi.org/10.53695/js.v2i1.434>
- Kuncoro, M. (2005). Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?). Jakarta: Erlangga.
- Laksmi Swaryputri, I. G. A. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN BALI DALAM MENJARING PEMBACA DAN PENGIKLAN*.
- Landri, P. (2018). *KONVERGENSI MEDIA HARIAN METRO RIAU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI MEDIA*.
- Lenggawa, V. A. (2019). *STRATEGI JAWA POS DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS MEDIA DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. 01(01).
- Lestari, S., & Asnawi, A. (2020). PRINSIP KESANTUNAN BERBAHASA DALAM EDITORIAL SURAT KABAR HARIAN TRIBUN PEKANBARU (KAJIAN PRAGMATIK). *Adabiyāt: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 4(2), 262. <https://doi.org/10.14421/ajbs.2020.04206>
- Mappanganro, J., Cangara, H., & Amar, Y. (2014). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HARIAN TRIBUN TIMUR MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS SURAT KABAR DI KOTA MAKASSAR*. 3(2).
- Mega Fortuna & Jamilin Tinambunan. (2021). Analisis Frasa Endosentrik pada Tajuk Rencana Surat Kabar Tribun Pekanbaru. *J-LELC: Journal of Language Education, Linguistics, and Culture*, 1(3), 70–76. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2021.7505>
- Muliawanti, L. (2018). JURNALISME ERA DIGITAL: DIGITALISASI JURNALISME DAN PROFESIONALITAS JURNALISME ONLINE. *LENTERA: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i1.1168>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM*.
- Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). *MANAJEMEN MEDIA MASSA MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE*.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). *Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik*. 6(2).
- Pamuji, E. (2019). *MEDIA CETAK VS MEDIA ONLINE*.
- Porter, M. E. (2002). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing.
2. 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.

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

- Prayogo, H., Wijayani, I., & Mutialela, R. (2019). *KONVERGENSI MEDIA TRIBUN LAMPUNG DALAM PERSAINGAN GLOBAL MEDIA CETAK DI PROVINSI LAMPUNG*.
- Rizaldy, M. I., Maryani, E., Hadisiwi, P., & Yudhapramesti, P. (2022). *KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL KALTENG POS. Anterior Jurnal*, 21(3), 17–26. <https://doi.org/10.33084/anterior.v21i3.3705>
- Rumata, V. M. (2018). *DIGITALISASI DAN EKSISTENSI MEDIA CETAK (STUDI KUALITATIF MAJALAH GO GIRL DAN HARIAN SUARA PEMBAHARUAN)*. 15.
- Saleh, G. (2019). *AKTIVITAS TIM PROMOSI PADA HARIAN TRIBUN PEKANBARU SEBAGAI PELAKSANA FUNGSI HUMAS*.
- Silviana, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. PT Scopindo Media Pustaka.
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis*. Andi Offset.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syuhada, I. B. (2012). *Strategi Marketing Komunikasi Media Online Detik.com*.
- Universitas Mulawarman, & Nurliah, N. (2018). Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 106–118. <https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5951>



## Lampiran 1

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

#### A. Strategi Pemilihan Komunikator

1. Siapa saja yang ditunjuk menjadi komunikator Haluan Riau untuk menyampaikan pesan dalam menghadapi persaingan bisnis media online?
2. Kenapa komunikator tersebut yang menjadi pilihan Haluan Riau?
3. Bagaimana Haluan Riau menentukan kriteria komunikator tersebut?

#### B. Strategi Pemilihan Pesan

1. Apa saja pesan yang akan disampaikan oleh komunikator dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau?
2. Kenapa pesan tersebut yang dipilih Haluan Riau?
3. Bagaimana cara Haluan Riau untuk melakukan penyampaian pesan tersebut?

#### C. Strategi Pemilihan Media

1. Apa saja media yang digunakan Haluan Riau untuk menyampaikan pesan?
2. Kenapa media tersebut yang Haluan Riau pilih?
3. Bagaimana cara Haluan Riau memanfaatkan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan?

#### D. Strategi Pemilihan Khalayak

1. Apa ada target khalayak yang dituju oleh Haluan Riau?
2. Bagaimana cara pendekatan pada khalayak tersebut?
3. Kenapa khalayak tersebut yang dipilih?

#### E. Efek Yang Ditimbulkan

1. Apa efek yang ditimbulkan dari pesan yang sampaikan?
2. Bagaimana pengaruh efek tersebut terhadap persainan bisnis yang dijalankan Haluan Riau?
3. Apa ada efek yang diharapkan dari pesan yang disampaikan?

© Hak

**Lampiran 2**

**FOTO DOKUMENTASI WAWANCARA**



**Wawancara Informan Syahfari  
Manajer Bisnis dan Pengembang  
(Pekanbaru, 08 Mei 2025)**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

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

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



**Wawancara Informan Bilhaqi Amjada A'raaf S.I.Kom  
Redaktur  
(Pekanbaru, 07 Juni 2025)**



**Wawancara Informan Magi Aisyah Putri S.I.Kom  
Staf Media Sosial  
(Pekanbaru, 13 Juni 2025)**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau