

**UPAYA SURAT KABAR HARIAN CURUP EKSPRESS DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)  
Dalam Ilmu Dakwah



OLEH:

ANGGUN PURNAMASARI  
NIM : 17521002

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**IAIN CURUP 2021**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Anggun Purnamasari**, NIM : **17521002** mahasiswa IAIN Curup yang berjudul: "**Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital**". Sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Curup, 16 Agustus 2021

Pembimbing I



**Anrial, MA**  
NIDN : 16080216

Pembimbing II



**Dita Verolvna M.I. Kom**  
NIP: 198512162019032004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. A.K. Gani No. 01 PO 108 11p.07321 21010-21759 Fax 21010-Curup 39119  
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: [admin@iaincurup.ac.id](mailto:admin@iaincurup.ac.id) kode 39119

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor *306* /In.34/FU/PP/00/9/08/2021

Nama : **Anggun Purnamasari**  
NIM : **17521002**  
Fakultas : **Ushuluddin Adab dan Dakwah**  
Prodi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
Judul : **UPAYA SURAT KABAR HARIAN CURUP EKSPRES DALAM  
MEMPERTAHAKAN EKSTENSISI DI ERA DIGITAL**

Telah di munaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/ Tanggal : **Senin, 30 Agustus 2021**  
Pukul : **09.00 – 10.00 WIB**  
Tempat : **Gedung Munaqasyah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN  
Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu FUAD

Curup, 03 Agustus 2021

**TIM PENGUJI**

**Ketua,**

**Anrial, S.Sos.I., MA**  
NIDN. 160802016

**Sekretaris,**

**Dita Verolvna, M.I.Kom**  
NIP. 198512162019032004

**Penguji I**

**Dr. Hariya Toni, S.Sos.I., MA**  
NIP. 198205102009121003

**Penguji II**

**Savr Yansah, M.Ag**  
NIP. 199010082019081001



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggun Purnamasari

Nomor Induk Mahasiswa : 17521002

Jurusan : Ushuludin Adab dan Dakwah

Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sangsi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 16 Agustus 2021



Anggun Purnamasari

NIM.17521002

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital”**. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang telah membawa akhlak dan ilmu pengetahuan bagi seluruh umat sehingga keluar dari zaman jahiliyah ke zaman ma’rifatiah ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis yang disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bantuan, motivasi, dan bimbingan dari segala pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Rahmad Hidayat, M.Ag selaku Rektor (IAIN) Curup
2. Azwar, M. Pd.,Kons selaku Wakil Rektor I IAIN Curup
3. Dr.H. Hamengkubuwono, M.Pd selaku Wakil Rektpr II IAIN Curup
4. Dr.Kusen , M.Pd selaku Wakil Rektor III IAIN Curup
5. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, S.Pd. I, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
6. Bapak Dr.Hariya Toni, S.Sos.I.,MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Sekaligus Pembimbing Akademik
7. Bapak Savri Yansah, M.Ag selaku ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

8. Bapak Anrial, MA selaku Pembimbing 1 dan Ibu Dita Verolyna M.I.Kom selaku Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Abdul Gafur, SH selaku General Manager Surat Kabar Harian Curup Ekspres dan seluruh jajarannya yang telah membantu dalam proses penelitian.

Semoga Allah SWT selalu memberi berkah dan karunia-Nya kepada semua kebaikan mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Curup, 2021

Anggun Purnamasari

NIM.17521002

## **MOTTO**

**Tak apa berjalan lambat asalkan jangan pernah  
mundur dan menyerah**

**Hidup ini perjalanan bukan pertandingan, jadi jangan  
bandingkan prosesmu dengan proses orang lain**

**Ingatlah Allah saat hidup tak berjalan sesuai keinginanmu  
dan Percayalah Allah pasti punya jalan yang lebih baik  
untukmu**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah atas kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT serta semua bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan kerendahan hati penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Terimakasih kepada Ibunda Tercinta (Nurhayati), Terimakasih kepada ayahanda (Yamahori) yang senantiasa memberikan dukungan yang bersifat materi dan non materi, selalu mendo'akan langkah saya menuju kesuksesan, terimakasih karena telah menjadi penguat saya hingga saat ini.
2. Untuk kakakku (Angga Vito) yang selalu menjadi penguat disaat lelah, yang selalu memberikan motivasi dan nashihat kepada saya agar menjadi orang yang tangguh sehingga bisa melangkah sejauh ini.
3. Untuk kakekku Sahri D (Alm), nenekku Rosni, Kakek Wahid (Alm), Nenek Karima, serta untuk seluruh keluarga besar ayah dan ibu yang selalu memberikan nasihat dan motivasi kepada saya agar menjadi orang yang sukses.
4. Untuk Sahabat seperjuanganku Seli Anggraini dan Rini Widiarti, yang selalu memberi nasehat, memberi semangat, dan saling menguatkan dalam keadaan apapun, serta saling bahu membahu dalam suka duka.
5. Untuk orang terdekat Rangga Okta Piades, orang yang yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a serta membantu dalam kesulitan.
6. Untuk Rekan seperjuanganku yudha 26 Ratih Wita Ventiana, Rima Suya Ningsasih, Ira Afriani, Thesa Caroline, Muhammad Valiant Alkahfi, Randi Anjasuma, Caca Handika, Ngationo, Arif, Warman yang sering memberikan

semangat, saling bekerjasama dan berjuang baik untuk kemajuan pribadi maupun organisasi.

7. Untuk Resimen Mahasiswa (menwa) yang telah menjadi wadah untuk belajar ilmu pengetahuan dan olah keprajuritan serta memberikan saya banyak pengalaman dengan berbagai kegiatan dan orang-orang didalamnya dari yudha 23-yudha 29 yang juga ikut serta memberikan dukungan dan semangat, kakak-kakak dan adik-adik yang sudah seperti keluarga sendiri.
8. Untuk Bank Indonesia dan komunitas Generasi baru Indonesia yang telah memberikan beasiswa serta menjadi wadah belajar sehingga bisa meringkankan biaya kuliah dan mencukupi kebutuhan perkuliahan yang lain.
9. Untuk Tapak Suci Putera Muhammadiyah (TSPM) Pimda 168 yang telah menjadi wadah saya belajar bela diri dan banyak hal, terimakasih kepada para pelatih yang telah mencetak saya menjadi atlet dan meraih prestasi.
10. Untuk para dosen program studi KPI yang hebat yang sudah membimbing saya sehingga mampu sampai ditahap ini.
11. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017.
12. Dan seluruh teman-teman yang telah ikut serta memberikan dukungan dan do'a yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih.

## **ABSTRAK**

# **Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital**

**Oleh:**

**Anggun Purnamasari (17521002)**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan media massa mulai mengikuti perkembangan teknologi terkait adanya pergeseran pola konsumsi media ke media digital. Ditengah masyarakat informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio, namun internet yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya termasuk berita. Kemajuan teknologi juga menambah kecepatan beredarnya berita. Hal ini menyebabkan media cetak tidak hanya bersaing dengan media cetak lainnya tetapi juga bersaing dengan media elektronik dan online. Kemajuan teknologi komunikasi tidak hanya berdampak pada budaya masyarakat, namun juga berdampak pada perkembangan media cetak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya surat kabar harian curup ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digital serta faktor pendukung dan faktor penghambat dalam upaya mempertahankan eksistensi surat kabar harian curup ekspres di era digital.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi di era digital surat kabar harian curup ekspres melakukan upaya konvergensi media meliputi konvergensi teknologi, konvergensi bisnis, konvergensi profesional dan konvergensi isi (multimedia). Kemudian Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digitalnya juga telah melakukan upaya promosi seperti promosi melalui media sosial, Roadshow kesekolah serta promosi melalui kegiatan kemasyarakatan dan lomba dievent-event tertentu.

**Kata Kunci :Eksistensi, Upaya, Surat Kabar Harian Curup Ekspres**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Penelitian Terdahulu.....	10
<b>BAB 11 LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa .....	13
a. Pengertian Komunikasi Massa .....	13
b. Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	14
c. Unsur-Unsur Komunikasi Massa .....	17

d. Fungsi Komunikasi Massa.....	18
B. Tinjauan Media Cetak .....	19
a. Jenis-jenis Media Cetak.....	21
b. Manfaat Media Cetak .....	23
c. Industri Media Cetak Pada Era Digital .....	26
C. Tinjauan Tentang Eksistensi.....	31
D. Tinjauan Tentang Era Digital .....	32
E. Tinjauan Tentang Surat Kabar (Koran) .....	34
a. Fungsi Surat Kabar .....	36
b. Karakteristik Surat Kabar .....	38
c. Surat Kabar Harian Curup Ekspres .....	40
F. Tinjauan Tentang Upaya .....	42
a. Konvergensi Media .....	43
b. Promosi.....	48
G. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat .....	55
a. Faktor Pendukung.....	55
b. Faktor Penghambat.....	56

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

a. Jenis Penelitian .....	57
b. Subjek Penelitian .....	58
c. Objek Penelitian .....	59
d. Lokasi Penelitian .....	59
e. Sumber Data .....	60
a. Data Primer.....	60
b. Data Sekunder .....	61
f. Teknik Pengumpulan Data .....	61
1. Teknik Observasi.....	62
2. Teknik Wawancara.....	63

3. Teknik Dokumentasi .....	64
g. Teknik Analisis Data .....	65
1. Data Reduction (reduksi data) .....	65
2. Data Display (Penyajian Data) .....	66
3. Data Conslusion Drawing (Verifikasi) .....	66

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
1. Sejarah Berdirinya Surat Kabar Harian Curup Ekspres .....	67
2. Makana Logo .....	69
3. Filosofi, Visi dan Misi Perusahaan .....	69
4. Struktur Organisasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres.....	70
5. Daftar Nama Karyawan .....	73
B. Profil Informan .....	73
C. Temuan Penelitian .....	74
D. Pembahasan Penelitian .....	80

## **BAB V PENUTUP**

a. Kesimpulan.....	105
b. Saran .....	106

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Logo Surat Kabar Harian Curup Ekspres.....	69
4.2 Gambar Media Sosial Facebook Surat Kabar Harian Curup Ekspres .....	90
4.3 Gambar Media Sosial Instagram Surat Kabar Harian Curup Ekspres .....	91
4.4 Gambar Media Sosial Youtube Surat Kabar Harian Curup Ekspres .....	91
4.5 Gambar Poster Baca Curup Ekspres Hari Ini.....	93
4.6 Gambar Berita Koran Curup Ekspres .....	95
4.7 Gambar Berita Online Curup Ekspres .....	96
4.8 Gambar Poster Roadshow Ke Sekolah.....	97
4.9 Gambar Rapat Redaksi.....	100
4.10 Gambar Publikasi Iklan .....	101

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Perkembangan teknologi yang mengalami peningkatan yang sangat pesat membawa banyak perubahan bagi kehidupan manusia. Salah satu dampak tersebut yakni dengan banyaknya media online ditengah-tengah kita. Pada era digital seperti sekarang ini, informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio, namun internet yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya termasuk berita.

Kemajuan teknologi juga menambah kecepatan beredarnya berita. Hal ini menyebabkan media cetak tidak hanya bersaing dengan media cetak lainnya tetapi juga bersaing dengan media elektronik dan online. Kemajuan teknologi komunikasi tidak hanya berdampak pada budaya masyarakat, namun juga berdampak pada perkembangan media cetak. Di era digital saat ini, peristiwa yang terjadi di suatu tempat dapat diketahui secara langsung saat itu juga atau hanya beberapa saat setelahnya. Sementara media cetak informasi akan diketahui satu hari atau satu minggu setelah suatu peristiwa berlangsung. Ada yang beberapa jam, namun sangat terbatas. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan media massa mulai mengikuti perkembangan teknologi terkait adanya pergeseran pola konsumsi media ke media digital.

Media cetak merupakan salah satu media massa, media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang didalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja. Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media elektronik dan juga media digital dan di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat. Media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital.

Kehadiran internet pada era digital telah mengubah cara orang atau konsumen dalam menggunakan media. Perubahan bentuk penyampaian berita dan informasi dari cetak menjadi siaran dan internet berdampak pada masa depan organisasi media cetak. Perkembangan internet bahkan telah berkembang menjadi sarana yang menghubungkan seluruh perangkat digital dunia, memudahkan sekaligus mempercepat aktivitas komunikasi, interaksi serta konsumsi media. Industri media khususnya media cetak surat kabar harus melakukan perubahan jika ingin bertahan. Perubahan preferensi pembaca dan kehadiran tren digital ini harus disikapi sebagai tantangan untuk membuat suatu inovasi.<sup>2</sup> Secara ekonomi media cetak memiliki prospek bisnis yang baik. Proses produksi berita relatif mudah, sehingga banyak bermunculan surat kabar dan menjadi salah satu industri terbesar dunia.

Era digital adalah suatu kondisi kehidupan atau zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Bisa juga dikatakan bahwa era digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi masa lalu agar jadi lebih praktis dan modern. Bersama dengan semakin banyaknya teknologi baru yang dikenalkan kepada masyarakat, maka beberapa teknologi masa lalu otomatis akan ditinggalkan. Sehingga ada sebuah perkembangan teknologi di era digital yang terus berjalan.

Media konvensional, menghadapi tekanan yang serius dari media baru. Google kini adalah raja media, melampaui televisi, jaringan kabel, jaringan surat kabar dan majalah, sebagai kendaraan nomor satu untuk informasi. Selain itu hadirnya media sosial juga berpotensi untuk media cetak kemudian memutuskan untuk melakukan pengembangan perusahaan ke dalam format digital seperti memanfaatkan media sosial itu sendiri.

Perkembangan media digital mempengaruhi eksistensi media konvensional. Eksistensi di artikan sebagai keberadaan, dimana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita.<sup>1</sup> Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan. Eksistensi memiliki makna yang luas cakupannya. Namun, dalam penelitian ini eksistensi

---

<sup>1</sup>Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan)* 2012-2021. <https://kbbi.web.id/eksistensi>. (Diakses:25/12/20)

yang akan dilihat dari sudut pandang media, bagaimana surat kabar harian Curup Ekspres tetap bisa mempertahankan industri percetakannya di era digital seperti saat ini.

Media cetak Surat Kabar dapat membuat strategi perubahan untuk mempertahankan eksistensi bentuk cetaknya. Eksistensi media cetak tidak hanya sebagai suatu strategi bisnis, tetapi juga sebagai suatu usaha untuk mempertahankan budaya membaca.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia upaya adalah usaha, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, daya upaya). Menurut Tim Penyusunan Departemen Pendidikan Nasional “upaya adalah usaha, akal atau ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya.”<sup>2</sup>

Surat kabar merupakan media cetak yang populer dikalangan masyarakat golongan menengah kebawah. Sebagai media massa tertua, surat kabar mampu memberikan informasi yang lebih lengkap. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, surat kabar diartikan sebagai lembaran kertas bertuliskan kabar atau berita dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik.<sup>3</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa surat kabar merupakan lembaran yang dicetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat, dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termassa atau aktual mengenai apa

---

<sup>2</sup>Indrawan WS, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Jombang: Lintas Media, hal. 568.

<sup>3</sup>Dapartemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal. 28.

saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai berita untuk diketahui khalayak pembacanya.<sup>4</sup>

Surat Kabar Harian adalah jenis media cetak yang diterbitkan setiap hari, kecuali pada saat hari-hari tertentu misal pada hari libur nasional. Jenis media cetak yang satu ini masih terbagi lagi menjadi Surat Kabar Harian Nasional Surat Kabar Harian Daerah dan Surat Kabar Harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system news apa adanya.

Surat Kabar Harian Curup Ekspres adalah koran harian di bawah naungan Jawa Pos dan tergabung dengan group Bengkulu Ekspres Media Group (BEMG). Surat kabar ini diterbitkan sejak 1 April tahun 2016 oleh PT. Media Rejang Ekspres yang berkedudukan di Kabupaten Rejang Lebong dengan beralamat di Jalan. Jendral. Sudirman No. 14, Kelurahan Tempel Rejo, Kecamatan Curup Selatan, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

Curup Ekspres dipilih karena saat ini Curup Ekspres merupakan satu-satunya surat kabar harian terbesar di Kabupaten Rejang Lebong dengan cakupan pemberitaan meliputi empat wilayah yaitu Kabupaten Rejang Lebong, Kabupaten Kepahiang, Kabupaten Lebong dan Kota Bengkulu. Adapun rubrikasi yang disajikan meliputi bidang Pendidikan, Pemerintahan, Sosial dan Budaya, Politik,

---

<sup>4</sup>Onong Uchjana Effendy, *Leksikon Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), hal. 241.

Ekonomi Bisnis dan Olahraga,. Tentunya dengan kemasan yang profesional dan mengedepankan kode etik jurnalistik.<sup>5</sup>

Banyaknya media cetak yang tutup karena tidak mampu bertahan dan bersaing di era digital, di Curup sendiri saja misalnya sudah ada media cetak yang tutup. Namun, curup ekspres tetap mampu bertahan hingga saat ini. Curup Ekspres merupakan satu-satunya media cetak harian (Koran) dan juga online yang berada di Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

Curup Ekspres tetap mampu mempertahankan eksistensinya di Era digital dengan dibuktikan dengan grafik penjualan Surat Kabar Harian (Koran) yang meningkat sejak tahun 2016. Terkecuali, pada tahun 2020 dimana kebutuhan akan internet meningkat dikernakan Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah Indonesia yang menyebabkan banyak aktivitas masyarakat yang menggunakan teknologi internet dan mengurangi interaksi secara langsung.

Penurunan penjualan pada Surat Kabar Harian (Koran) Curup Ekspres pada tahun 2020 menyebabkan Surat Kabar Harian Curup Ekspres memutuskan untuk mengembangkan perusahaannya berbasis online karena mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang sedang dilanda pandemic Covid-19 dari awal tahun 2020 hingga saat ini<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Irma Yulaini, *Manajemen Pers Surat Kabar Harian Curup Ekspres*. Skripsi (Curup: Fak. UAD IAIN Curup, 2019), Hal.35

<sup>6</sup>Abdul Gafur, *Wawancara General Manager Curup Ekspres*, tanggal 1 Maret 2021, Pukul 10:17 WIB

Adapun jumlah penjualan Surat Kabar Harian (Koran) Curup Ekspres adalah:

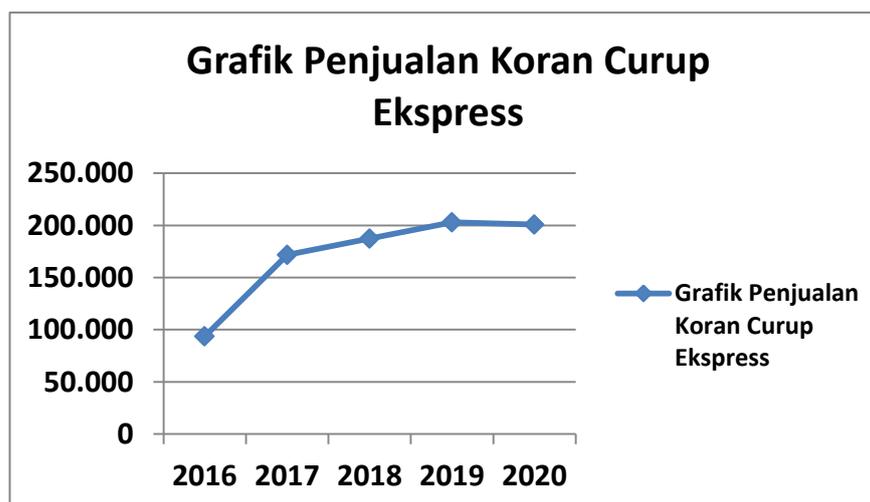
Tabel 1.1  
Jumlah penjualan Koran Curup Ekspres dari tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Penjualan
2016	93.600
2017	171.600
2018	187.200
2019	202.800
2020	200.800

*Sumber: Data Arsip Curup Ekspres*

Gambar Grafik di bawah ini adalah jumlah penjualan Koran Curup Ekspres dari tahun 2016-2020.

Grafik 1.1 peningkatan jumlah penjualan Koran setiap tahun dari 2016-2019 kecuali ditahun 2020 yang mengalami sedikit penurunan



Dari table dan grafik di atas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan Koran Curup Ekspres mengalami peningkatan dari tahun ke tahun kecuali pada tahun 2020 yang mengalami sedikit penurunan. Agar dapat bertahan dan menjawab tantangan di tengah persaingan-persaingan yang semakin tajam di era digital. Maka Surat Kabar Harian Curup Ekspres melakukan berbagai upaya.

Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam ialah seperti pengembangan perusahaan media cetak ke media berbasis online atau disebut konvergensi media, serta bagaimana cara perusahaan memasarkan dan mempromosikan produk koran baik secara langsung maupun melalui akun media sosial dan berusaha menjadi lebih baik dengan meningkatkan isi dan kualitas berita itu sendiri. Artinya apabila Surat Kabar Harian Curup Ekspres tidak melakukan pengembangan dan inovasi baru maka tidak dapat dipungkiri Surat Kabar Harian Curup Ekspres pun bisa tutup.

Melihat dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam tentang “ Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital?

### **C. BATASAN MASALAH**

Untuk menghindari permasalahan yang meluas maka diperlukan adanya batasan masalah penelitian. Pada penelitian ini hanya meliputi: Upaya yang dilakukan perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres serta faktor pendukung dan faktor penghambat perusahaan dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital.

### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Setiap peneliti jelas memiliki tujuan yang didasarkan pada kepentingan serta motif-motif individual maupun kolektif. Tujuan penelitian adalah supaya untuk mengungkapkan arah dan tujuan umum dari apa yang akan dicapai atau diharapkan dari sebuah penelitian, sehingga merupakan lanjutan dari identifikasi masalah.

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital.
- b. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital.

## **E. MANFAAT PENELITIAN**

### a. Manfaat Teoritis

- Penelitian ini nantinya dapat dijadikan sumbangan bagi keilmuan yang terkait dalam pengembangan ilmu komunikasi, komunikasi massa, dan khususnya yang terkait dengan upaya media cetak mempertahankan eksistensi.
- Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang Upaya mempertahankan eksistensi media cetak di era digital.

### b. Manfaat Praktis

Secara praktis sebagai bahan masukan bagi segenap pengelola Curup Ekspres serta sebagai bahan pertimbangan agar Surat Kabar Harian Curup Ekspres bisa lebih baik di masa yang akan datang.

## **F. PENELITIAN TERDAHULU**

Penelitian terdahulu yang pertama, Penelitian Irma Yulaini dalam Skripsi berjudul “**Manajemen Pers Surat Kabar Harian Curup Ekspres**”. Dalam penelitian ini memaparkan tentang planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (penggerakan), dan controlling (pengawasan) pers surat kabar Harian Curup Ekspres.

Adapun yang menjadi kesamaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitian yaitu Surat Kabar Curup Ekspres, apa yang ditulis penulis di atas secara judul dan isi hampir mendekati dengan apa yang peneliti teliti yaitu bagaimana manajemen pers dan redaksional pada surat kabar harian curup ekspres berperan sebagai salah satu upaya Surat kabar harian Curup Ekspres mempertahankan eksistensinya di Era Digital. Yang menjadi pembeda dari penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian pada penelitian ini hanya memfokus pada bagaimana manajemen pers Surat Kabar Harian Curup Ekspres sedang yang peneliti teliti memfokuskan pada upaya mempertahankan eksistensinya.<sup>7</sup>

Penelitian terdahulu kedua yang menjadi bahan perbandingan bagi penulis adalah jurnal yang ditulis oleh Julio Bansaleng yang diberi judul “**Analisis Eksistensi Koran Indopost Manado Dalam Menghadapi persaingan Dunia Jurnalistik di Sulawesi Utara**”. Persamaannya yaitu dari judul penelitian ini ada hal yang sama dengan penelitian yang penulis angkat yakni sama-sama mengangkat tentang eksistensi dan terobosan apa yang dilakukan agar koran lokal tetap diminati oleh masyarakat. Perbedaannya pada penelitian ini yaitu pada teori yang digunakan dalam penelitian Julio Bansleng ini menggunakan *teori uses and gratification*, sedangkan peneliti menggunakan teori konvergensi media dan promosi. Kemudian penelitian ini memfokus pada bagaimana harian Indopost dapat mempertahankan

---

<sup>7</sup>Irma Yulaini, *Manajemen Pers Surat Kabar Harian Curup Ekspres*. Skripsi (Curup: Fak. UAD IAIN Curup, 2019), Hal. 4

eksistensinya ditengah persaingan media cetak di Sulawesi Utara<sup>8</sup> sedangkan yang peneliti teliti yaitu bagaimana harian Curup Ekspres mempertahankan eksistensi di Era Digital.<sup>8</sup>

Ketiga dalam penelitian Kuswanto yang berjudul , “**EKSISTENSI SURAT KABAR DI ERA MEDIA ONLINE (Studi Surat Kabar Metro Jambi)**”, Hasil penelitian ini bahwa Surat kabar harian pagi Metro Jambi mengungkapkan bahwa konvergensi media adalah salah satu langkah yang tepat untuk membantu surat kabar jika ingin terus eksis, Media cetak surat kabar Metro Jambi memiliki dua strategi yaitu secara umum dan khusus, secara umum adalah srategi yang wajib dan umum di pakai oleh seluruh tim redaksi media cetak surat kabar Metro Jambi, sedangkan secara khusus adalah srategi yang secara khusus di bentuk atau di buat oleh tim redaksi media cetak harian pagi Metro Jambi dan hanya di miliki oleh tim redaksi media cetak surat kabar Metro Jambi.

Persamaan penelitian tersebut dengan yang penulis teliti yaitu sama-sama menggunakan teori konvergensi media untuk menganalisis upaya surat kabar mempertahankan eksistensi. Perbedaannya adalah penelitian oleh Kuswanto ini terfokus pada bagaimana eksistensi surat kabar Metro Jambi di era media online, sedangkan penulis membahas mengenai upaya surat kabar Harian Curup Ekspres mempertahankan eksistensi di era digital.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Julio Bansaleng. “Analisis Eksistensi Koran Indopost Manado Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Jurnalistik di Sulawesi Utara.Jurnal”, Volume 7 No.4 2018

<sup>9</sup>Kuswanto, *EKSISTENSI SURAT KABAR DI ERA MEDIA ONLINE (Studi Surat Kabar Metro Jambi)*. Skripsi (Jambi: Fak. Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin, 2020), Hal. 50

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa**

##### **a. Pengertian Komunikasi Massa**

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa. Media massa atau saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa seperti kentongan, angklung dll. Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain seperti televisi, radio, internet, majalah, Koran, tabloid, buku, dan film. Dalam komunikasi massa kita membutuhkan gatekeeper (penapis informasi atau palang pintu) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu lain melalui media massa (surat kabar, majalah, televisi, radio, video tape, compact disk, buku).

Definisi yang dikemukakan oleh Bittner di atas menekankan akan arti pentingnya gatekeeper dalam proses komunikasi massa. Inti dari pendapat itu bisa dikatakan begini, dalam proses komunikasi massa

disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagai umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Didalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada gatekeeper. Jadi, informasi yang diterima audience dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah gatekeeper dan disesuaikan dengan misi, visi media yang bersangkutan.<sup>10</sup>

Jadi komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara yakni komunikasi yang dilakukan oleh media dan komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak. Sedangkan menurut Pool komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung interposed ketika sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung pesan komunikasi melalui media massa.

Dari berbagai definisi tersebut bisa kita tarik kesimpulan bahwa komunikasi massa yaitu komunikasi yang memakai media massa untuk menyampaikan informasi atau berita yang ditujukan bagi masyarakat (publik) yang diterima secara bersamaan.

#### **b. Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Ciri komunikasi massa yaitu komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa

---

<sup>10</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 3-4.

selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

1) Pesan Bersifat Umum

Komunikasi bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa bersifat umum, pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini.

2) Komunikannya Anonim dan Heterogen

Pada komunikasi antarpersonal, komunikasi akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

3) Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang

dicapainya relative banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

#### 4) Komunikasi Massa Lebih Mengutamakan Isi Daripada Hubungan

Menurut Mulyana, Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

#### 5) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

#### 6) Umpan Balik Tertunda Dan Tidak Langsung

Dalam dunia komunikasi, komponen umpan balik atau yang lebih populer disebut dengan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak (audience) bisa diterima lewat telepon, e-mail,

Twitter, Facebook. Dengan demikian proses penyampaian *feedback* dalam komunikasi massa bersifat tertunda.<sup>11</sup>

### c. Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari unsur-unsur sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima (*receiver*) serta (*effect*). Menurut Harold D. Laswell guna memahami komunikasi massa, kita harus mengerti unsur-unsur itu yang diformulasikan olehnya dalam bentuk pertanyaan, *who says what in which channel to whom and with what effect?*

#### 1) Unsur who (*sumber atau komunikator*)

Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga, organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*).<sup>12</sup>

#### 2) Unsur say what (*pesan*)

Organisasi memiliki rasio keluaran yang tinggi atas masukannya, maka organisasi sanggup melakukan encode ribuan atau jutaan pesan-pesan yang sama pada saat bersamaan. Jadi pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat banyak jumlahnya.

#### 3) Unsur in which channel (*saluran atau media*)

Unsur ini menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini pesan-pesan tidak dapat menyebar secara cepat, luas, dan simultan.

---

<sup>11</sup>Khomsarial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Gramedia, 2016), hal. 3.

<sup>12</sup>Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 3.

Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, film, televisi dan internet.

4) *Unsur to whom (penerima atau mass audience)*

Unsur ini menyangkut sasaran-sasaran komunikasi massa, seperti perorangan-perorangan yang membaca surat kabar, yang membuka halaman-halaman majalah, yang sedang mendengarkan berita radio, yang sedang menikmati film bioskop atau film televisi, dan yang sedang menggunakan internet disebut sebagai perorangan-perorangan dalam mass audience.

5) *Unsur with what effect (unsur efek atau akibat)*

Efek adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri audiens sebagai akibat keterpaan pesan-pesan media. Baik perubahan dari ranah pengetahuan, sikap dan perilaku yang nyata.<sup>13</sup>

**d. Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Charles Wright fungsi komunikasi massa terbagi menjadi empat yaitu:

1) Pengawasan(*Surveillance*)

Media menyediakan arus pemberitaan yang terus menerus terkait pesan-pesan yang memungkinkan audiens sadar akan perkembangan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka.

Surveillance dapat terdiri dari fungsi memperingatkan, menyiagakan

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hal. 9.

anggota audiens terhadap bahaya seperti badai, polusi air, polusi udara, atau ancaman teroris.

2) Korelasi (*Correlation*)

Media massa menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi berbagai peristiwa yang terjadi hari itu. Fungsi korelasi ini membantu para audien menentukan relevansi pesan pengawasan yang berguna untuk mereka.

3) Sosialisasi (*Socialization*)

Komunikasi bermedia massa mensosialisasi individu-individu agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa menyediakan pengalaman bersama, memupuk harapan bersama tentang perilaku-perilaku yang sesuai dan yang tidak cocok dengan masyarakat.

4) Hiburan (*Entertainment*)

Komunikasi bermedia massa merupakan sumber hiburan massa yang meresap di tengah audien dan memberikan pengalihan perhatian atau melepaskan audien dari tanggung jawab sosial.<sup>14</sup>

## **B. Tinjauan Tentang Media Cetak**

Secara harfiah pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi

---

<sup>14</sup>Ido Prijana Hadi, dkk. *Komunikasi Massa*, (Pasuruan, Jawa Timur: Qiara Media, 2021), hal. 9.

informasi yang didalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja.

Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media elektronik dan media digital. Ditengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital. Meskipun demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawanya.

Pengertian media cetak tersebut, nampaklah keunggulan media ini dibandingkan dua pesaingnya tersebut. Media cetak dapat menyampaikan sebuah informasi secara detail dan terperinci. Sehingga tak jarang informasi yang disampaikan lebih bersifat sepotong dan berulang-ulang. Media cetak merupakan media yang ditampilkan dalam bentuk cetakan dalam kertas. Gutenberg menemukan media ini pertama kali pada tahun 1455. Pada mula kemunculannya, media cetak ini masih berupa tanah liat dan daun. Saat ini media cetak semakin berkembang dan maju, baik dari segi media, teknis, bentuk serta alat-alat yang ada pada percetakannya.<sup>15</sup>

Munculnya media cetak seperti surat kabar, majalah, dan buku yang digunakan dan menyebar secara luas di masyarakat pada abad ke-19 akhir menjadi semakin jelas. Era komunikasi cetak adalah era yang sangat berguna

---

<sup>15</sup>Widya Fitriantiwi, Lydea Ria, Indriani, *Esai Penerapan Ejaan Bahasa Indonesia*, (Indonesia: Guepedia, 2020), hal. 9.

dan juga berkembang di Indonesia. Karena di Indonesia pada saat zaman penjajahan dahulu menggunakan media cetak dan radio untuk mengumumkan kemerdekaan. Tidak hanya itu saja, dengan komunikasi cetak kita juga dapat belajar menggunakan buku, membaca novel, menambah ilmu pengetahuan dari sebuah Koran ataupun yang lainnya.

**a. Jenis-jenis Media Cetak**

Secara umum, di Indonesia ada beberapa jenis media cetak yang diklasifikasikan menjadi delapan bagian. Pengklasifikasian tersebut berdasarkan waktu terbitnya media tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang dikeluarkan oleh Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika, tentang pembagian media cetak dan pengklasifikasiannya.

Delapan jenis media cetak tersebut di antaranya adalah:

1) Surat Kabar Harian

Media cetak yang diterbitkan setiap hari, kecuali pada saat hari-hari tertentu misal pada hari libur nasional. Jenis media cetak yang satu ini masih terbagi lagi menjadi Surat Kabar Harian Nasional Surat Kabar Harian Daerah dan Surat Kabar Harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system news apa adanya.

## 2) Surat Kabar Mingguan

Surat Kabar Mingguan Jenis media cetak ini lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Berita yang diangkat adalah berita hiburan atau juga in depth news atau liputan mendalam bergaya feature atau deskriptif.

## 3) Majalah Mingguan

Jenis majalah ini terbit setiap minggu sekali. Berita yang diangkat adalah berita in depth news dengan jenis berita adalah berita news atau tentang sebuah peristiwa.

## 4) Majalah Tengah Bulanan

Majalah yang terbit sebulan dua kali. Berita yang ditampilkan lebih bersifat informatif dan biasanya memuat tentang berita life style atau gaya hidup.

## 5) Majalah Bulanan

Majalah bulanan ini terbit sekali dalam sebulan. Jenis pemberitaan yang disampaikan biasanya termasuk investigatif atau berita yang didapat dari hasil penelitian.

## 6) Majalah Dwibulanan

Majalah yang terbit sekali dalam dua bulan. Informasi yang disampaikan dalam majalah ini biasanya terkait dengan laporan dari hasil aktivitas sesuatu.

#### 7) Majalah Tribulanan

Majalah ini berkonsep hampir mirip dengan majalah dwi bulanan. Yang membedakan hanya masalah waktu terbit, yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.

#### 8) Bulletin

Media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu atau intern saja. Dan media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat dengan konsep sederhana. Buletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.<sup>16</sup>

### **b. Manfaat Media Cetak**

Adapun manfaat dari media komunikasi cetak adalah sebagai berikut:

#### 1) Ekonomis

Media komunikasi cetak bersifat umum karena dikonsumsi oleh khalayak luas. Selain itu, harga untuk menggunakan media cetak sebagai media penyampaian informasi terbilang murah atau ekonomis untuk seluruh kalangan masyarakat baik masyarakat kalangan atas maupun menengah ke bawah.

#### 2) Mudah untuk dipahami

Media komunikasi cetak bermanfaat karena mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Informasi yang disampaikan juga menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga

---

<sup>16</sup>*Ibid*, hal. 11.

mencegah terjadinya kesalahpahaman dan permasalahan komunikasi lainnya. Huruf dan tanda baca yang sesuai dengan kaidah penulisan jurnalistik dan informasi dirincikan secara detail.

3) Mudah didapatkan di daerah mana pun

Surat kabar yang dihasilkan dari media komunikasi cetak ini mudah didapatkan di berbagai daerah termasuk ke daerah pelosok. Target utama media cetak adalah untuk kalangan ekonomi menengah ke bawah. Oleh karena itu, surat kabar banyak dijumpai di kota-kota kecil. Harga yang terjangkau membuat masyarakat lebih mudah memperoleh informasi.

4) Tidak bergantung pada koneksi jaringan

Media komunikasi cetak ini tidak tergantung pada jaringan koneksi seperti media komunikasi digital. Media komunikasi cetak memiliki manfaat yang tidak bergantung terhadap kecanggihan teknologi seperti sinyal jaringan internet. Berbeda dengan media komunikasi digital yang bergantung dengan sinyal internet, sehingga sulit untuk menerima informasi apabila koneksi internet dalam keadaan rusak atau di luar jangkauan. Keunggulan inilah yang membuat media komunikasi cetak masih populer sampai saat ini.

5) Praktis

Surat kabar dan media komunikasi cetak lainnya terbilang sebagai media komunikasi yang praktis karena mudah dibawa kemana

saja. Selain itu, surat kabar juga mudah untuk dibaca pada waktu yang fleksibel dimana pun dan kapan pun. Bentuk fisik informasi cetak ini praktis karena isi informasi dalam satu hari dirangkum dalam surat kabar.

6) Aktual dan faktual

Surat kabar yang sering dijumpai masyarakat ini menyajikan isi informasi yang lengkap, faktual, dan aktual. Informasi yang disampaikan sudah terpercaya sesuai dengan informasi yang sedang berkembang di masyarakat. Hal ini menjadikan surat kabar tetap eksis sampai saat ini karena tidak mengandung unsur informasi yang menipu pembacanya. Informasi yang disampaikan dalam bentuk tulisan tersebut dibuat secara detail, singkat, padat, dan bersifat menyeluruh artinya informasi yang ditulis telah mewakili seluruh fenomena yang ada di lingkungan masyarakat pada saat itu.

7) Dapat di koleksi

Bentuk fisik dari media komunikasi ini seperti surat kabar mudah disimpan untuk dibaca lagi di lain waktu. Media komunikasi cetak ini bermanfaat untuk seorang yang senang mengoleksi informasi-informasi yang dianggap menarik di surat kabar tersebut.<sup>17</sup>

Media cetak memiliki karakteristik, di antaranya media cetak biasanya lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana bisa

---

<sup>17</sup><https://pakarkomunikasi.com/manfaat-media-komunikasi-cetak/> ( Diakses pada tanggal 29 Maret 2021)

disimpan (dikliping), bisa dibaca kapan saja, tidak terikat waktu. Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan atraktif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Selain itu dalam hal penyampaian kritik sosial melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.

Fungsi atau peranan media cetak diantaranya, Pertama, sebagai media informasi yang mencerahkan. Kedua, Sebagai media pendidikan yang mencerdaskan. Ketiga, Meningkatkan intelektual kehidupan masyarakat. Keempat, membantu memperkuat kesatuan nasional.<sup>18</sup>

### **c. Industri Media Cetak Pada Era Digital**

Menurut teori digital selalu berkaitan erat dengan media, karena media terus berkembang seiring dengan majunya teknologi dari media lama sampai media terbaru, sehingga mempermudah manusia dalam segala bidang yang berkaitan dengan teori digital. Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu, kata *Digitus* yang berarti jari jemari. Oleh karena itu digital

---

<sup>18</sup><http://eprints.upnjatim.ac.id/4655/2/file2.pdf> (Diakses pada tanggal 29 Maret 2021)

merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (bilangan biner).

Digital merupakan sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Sedangkan teori digital adalah sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai Teknologi dan Sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia, atau manual. Tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Sistem digital adalah perkembangan dari sistem analog. Sebuah sistem digital menggunakan urutan angka untuk mewakili informasi. Tidak seperti sinyal analog, sinyal digital bersifat noncontinuous. Peralihan sistem analog ke digital ini, telah mengubah banyak hal termasuk industri media. Contohnya sesuatu yang berhubungan dengan komputer dan internet yang di dalamnya ada social network, situs-situs web penyedia video dan audio. Bisa juga handphone di zaman sekarang ini karena mirip dengan komputer. Peralihan pembaca media ini cukup berpengaruh pada keberlangsungan media.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup><https://raharja.ac.id/2020/05/14/digital/>(diakses pada tanggal 15 April 2021 pukul 13.00)

Masyarakat kini cenderung beralih pada berita berbasis web karena surat kabar online lebih murah serta menyajikan informasi yang lebih real time. Sedangkan informasi peristiwa yang bisa didapat dari koran, baru bisa dibaca minimal sehari setelah peristiwa berlangsung. Berdasarkan penelitian, faktor usia pun menjadi salah satu pemicu mengapa berita di website lebih banyak dinikmati daripada surat kabar. Generasi muda lebih menyukai media online yang terlihat lebih modern dibanding media cetak yang dipilih generasi tua. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, berita atau informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah, maupun media elektronik seperti televisi dan radio, namun internet yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya termasuk berita. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia saat ini memang berkembang dengan pesat, terutama di bidang elektronik.

Kegiatan Jurnalisme saat ini pun bukan saja dilakukan melalui media cetak, namun dengan media elektronik, media online. Beragam jenis media yang ada, media online adalah yang paling sering digunakan oleh masyarakat modern saat ini. Hingga saat ini, media online sangat disukai dan menjadi pilihan bagi sebagian orang untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, setiap saat dan setiap waktu. Bila dibandingkan dengan media lain, media online memiliki banyak

keunggulan. Karena media online dapat dibaca kapan saja dan dimana saja. Selain itu media online dapat dibaca berulang kali sebanyak yang diinginkan oleh pembaca mengulang berita tersebut. Selain itu media online sangat praktis dan selalu update. Bahkan dari segi waktu setiap informasi lebih cepat di peroleh dan dikonsumsi dan dari segi harga relatif sangat murah.

Dewan Pers menyatakan, selama 2016 pertumbuhan media online di Indonesia mencapai sekitar 43 ribu situs. Sekitar 40 ribu media di antaranya belum terverifikasi. "Baru 230 saja terverifikasi di Dewan Pers," tutur Anggota Dewan Pers Ratna Komala saat acara diskusi di Gedung Dewan Pers, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, Rabu (26/4/2017). Menurut Ratna, masyarakat saat ini lebih banyak memilih untuk mengakses pemberitaan secara online. Namun, sedikitnya media yang terverifikasi, dapat membuat pengakses mendapatkan pemberitaan yang tidak tepat bahkan hoax. "Dari UC Browser itu 95,4 persen masyarakat membaca konten berita dari smartphone. Dari TV 45,9 persen, 20,9 persen dari majalah dan koran. Banyak yang butuh berita sementara penyedia berita yang terverifikasi baru sedikit," jelas dia.<sup>20</sup>

Menurut Muhammad Ridlo Eisy adalah Ketua Harian Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) Pusat, Direktur PT. Galamedia Bandung Perkasa yang menerbitkan harian umum gala media di Bandung, sekitar

---

<sup>20</sup>Nurkinan, *Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional*, Jurnal Politikom Indonesiana, VOL. 2 NO. 2, 2017, hal. 31

tahun 2008, dalam sebuah artikelnya menuliskan bahwa para penerbit yang tergabung dalam SPS menyadari bahwa bisnis media cetak semakin berat.

Media cetak telah berperan penting dalam peradaban manusia. Berbagai peristiwa bersejarah tak lepas dari pengaruh media cetak. Perang Dunia II pada tahun 1939 banyak mengikutsertakan media cetak di dalamnya. Media cetak juga turut menyumbangkan perannya dalam reformasi. Turunnya presiden Soeharto dari kursi kepemimpinannya tak lepas dari pengaruh media cetak. Para wartawan gencar menyerang pemerintah lewat koran pagi dan sore. Mahasiswa melontarkan kata-kata perjuangan yang disuarakan lewat media cetak. Rakyat Indonesia membaca. Semua sadar dan terhentak. Dan ajakan lewat media cetak membawa Indonesia pada gerbang reformasi.

Pada era digital saat ini perusahaan penerbitan surat kabar berjuang keras untuk memperoleh iklan dan meningkatkan penjualan. Kompetisi antarmedia yang ketat, membuat surat kabar cenderung mengalami penurunan oplah. Penurunan sirkulasi surat kabar telah mendorong berbagai penyesuaian untuk dapat bertahan. Kebutuhan bahan baku akan kertas dan biaya produksi lainnya yang semakin meningkat menuntut surat kabar untuk tetap tampil menarik bagi pembacanya. Industri periklanan yang semakin berkembang seiring dengan kecenderungan penggunaan internet yang sangat luas, membuat surat kabar harus mampu meyakinkan pemasang iklan bahwa

sirkulasi mereka masih laku dan menjadi pilihan khalayak. Perusahaan-perusahaan penerbitan surat kabar membuat jaringan kerja sama untuk mengantisipasi aspek permodalan dan pemasaran.<sup>21</sup>

### C. Tinjauan Tentang Eksistensi

Pengertian Eksistensi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah hal berada, keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.<sup>22</sup> Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan.

Adapun menurut pendapat Abidin Zaenal eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada.<sup>23</sup> Sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri yaitu eksistere yang berarti keluar, keluar dari, melampaui dan mengatasi. Sehingga eksistensi tidak memiliki sifat kaku ataupun terhenti, melainkan kenyal atau lentur dan mengalami perkembangan ataupun sebaliknya kemunduran. Sesuai pada kemampuan untuk mengaktualisasikan potensi. Eksistensi bukanlah sesuatu yang sudah selesai, tapi suatu proses terus menerus.

---

<sup>21</sup>Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makasar: Alauddin University Press. 2013), hal. 84

<sup>22</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hal. 132.

<sup>23</sup>Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 16.

Selain itu, hal lain yang diungkapkan oleh Boss yaitu spasialitas eksistensi dimana keterbukaan dan kejelasan merupakan spasialitas tidak diartikan dalam jarak yang sejati di dalam dunia manusia, temporalitas eksistensi (waktu dan bukan jam) yang dipergunakan atau dihabiskan, badan meliputi ruang lingkup badaniahh dalam pemenuhan eksistensi manusia, eksistensi pada manusia milik bersama karena manusia selalu berkoeksistensi atau tinggal bersama orang lain di dalam dunia yang sama, dan suasana hati atau penyesuaian apa yang diamati dan direspon seseorang tergantung pada suasana hatti saat itu.

#### **D. Tinjauan Tentang Era Digital**

Era digital adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Istilah ini juga bisa di artikan sebagai munculnya teknologi digital yang menggantikan teknologi-teknologi yang sebelumnya sudah digunakan (mekanik dan elektronik analog) oleh manusia. Era digital adalah era yang serba menggunakan teknologi. Salah satu contoh paling dekat dan pastinya semua orang tahu adalah bagaimana internet telah mengubah banyak hal. Tidak hanya bagaimana cara kita dalam berkomunikasi dan berinteraksi, namun juga berhasil memperngaruhi landcape bisnis yang ada di Indonesia, bahkan juga dunia.

Peralihan masa teknologi mekanik dan elektro analog ke digital yang disambut dengan sangat baik oleh masyarakat, serta perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat berbagai kemudahan bisa kita rasakan, bahkan tanpa ada batasan lagi. Yang dulunya bersifat lokal, kini sudah beralih ke cakupan yang lebih luas, bahkan global. Kita bisa dengan sangat mudah untuk berkomunikasi, membeli, dan mengetahui kabar dari tempat yang secara geografis sangat jauh dengan tempat tinggal kita. Dan masih banyak lagi kemudahan lainnya. Era digital dimulai ketika terjadinya revolusi digital yang terjadi pada tahun 1980, lebih tepatnya pada masa peralihan dari mekanik dan analog ke teknologi digital.<sup>24</sup>

Era digital bukanlah sebuah isu yang baru di masyarakat, namun perkembangannya semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dapat dilihat melalui hasil survey yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pada November 2016, APJII merilis hasil survey mengenai Profil Pengguna Internet Indonesia pada tahun 2016. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sekitar 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Bila jumlah tersebut dibandingkan dengan hasil survey yang dilakukan APJII pada tahun 2014, terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, karena berdasarkan hasil survey APJII pada tahun 2014 tersebut, tercatat sekitar 88,1 juta dari 252,4 juta penduduk Indonesia aktif sebagai pengguna internet. Kedua hasil survey

---

<sup>24</sup><https://divedigital.id/apa-itu-era-digital/> (Diakses pada tanggal 1 April 2021)

tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan angka pengguna internet di Indonesia. Era digital mampu membuat masyarakat meninggalkan beberapa teknologi konvensional, salah satunya surat kabar.

Saat ini dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat memenuhi kebutuhannya akan informasi melalui surat kabar digital atau portal berita. Efisiensi yang didapat dari penggunaan teknologi dan digital membuat sebagian besar masyarakat lebih mengandalkan teknologi modern daripada konvensional. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2016 tersebut, didapat bahwa alasan utama masyarakat mengakses internet adalah untuk melakukan update informasi. Sekitar 25,3 persen masyarakat mengakses berita menggunakan internet, yang mana dapat dikatakan bahwa sekitar 31,3 juta penduduk Indonesia mengakses media online untuk memenuhi kebutuhan informasi. Dilihat dari beberapa informasi yang dijelaskan di atas, sudah sepatutnya jika berbagai media cetak, khususnya surat kabar, yang masih berdiri hingga saat ini khawatir dengan kelangsungan media mereka.<sup>25</sup>

#### **E. Tinjauan Tentang Surat Kabar atau Koran**

Surat kabar merupakan media cetak yang populer dikalangan masyarakat golongan menengah kebawah. Sebagai media massa tertua, surat kabar mampu memberikan informasi yang lebih lengkap. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, surat kabar diartikan sebagai lembaran kertas bertuliskan

---

<sup>25</sup>Hutauruk, Gracia Annalina, and Nur Atnan. "Manajemen Redaksional Surat Kabar di Era Digital." DIALEKTIKA 5.1 (2018).

kabar atau berita dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik.<sup>26</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa surat kabar merupakan lembaran yang dicetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat, dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termassa atau aktual mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai berita untuk diketahui khalayak pembacanya.<sup>27</sup>

Selain itu, menurut Alwi kelebihan surat kabar ini yaitu memiliki berbagai macam ruprik yang ditulis berbentuk artikel. Artikel merupakan karya tulis lengkap, misalnya laporan berita, surat kabar dan sebagainya.<sup>28</sup>

Surat kabar merupakan media yang dapat dijadikan sumber informasi untuk mengetahui kedalaman sumber berita, surat kabar juga sering dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengetahui program-program yang terdapat dalam radio. Hal ini merupakan salah satu kelebihan surat kabar karena sering dijadikan alat untuk mempromosikan program radio dan televisi. Dibandingkan media massa lainnya seperti radio, televisi dan film informasi dalam surat kabar dapat disimpan lama, tetapi keterbatasan informasi dalam surat kabar terletak pada keterbatasan ruang halaman surat berita sehingga suatu berita harus di susun dengan singkat, padat dan jelas.

---

<sup>26</sup>Dapartemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal. 28.

<sup>27</sup>Onong Uchjana Effendy, *Leksikon Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), hal. 241.

<sup>28</sup>Alwi, Hasan. Dkk., *Tata Bahasa Buku Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa dan Balai Pustaka. 2010), hal. 10.

Setiap masyarakat membutuhkan berita kata penulis Inggris “Dame Rebecca West”, seperti orang membutuhkan mata. Ia ingin tahu apa segala sesuatu yang terjadi.<sup>29</sup> Surat kabar adalah media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai macam aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, dalam negeri, luar negeri dan banyak lagi yang lainnya.

Surat kabar harian sendiri terbit untuk mewartakan keperluan tersebut, informasi menjadi instrumen penting dari masyarakat industri. Oleh karena itulah, surat kabar harian bisa disebut sebagai produk dari industri masyarakat. Di samping itu, dalam bentuknya yang independen (dalam kemandiriannya), surat kabar biasanya integral dengan perkembangan paham demokrasi di sebuah masyarakat.<sup>30</sup>

#### **a. Fungsi Surat Kabar**

Surat kabar sebagai salah satu jenis media massa bisa dikatakan sebagai yang tertua sebelum ditemukannya radio, televisi dan film. Surat kabar memiliki keterbatasan dimana hanya bisa dinikmati oleh individu yang bisa membaca. Surat kabar adalah sebagai *fourth estate* masyarakat akan informasi, seperti yang diungkapkan Heaney yang dikutip Effendi diantaranya:

---

<sup>29</sup>Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hal. 86

<sup>30</sup>*Ibid*, hal.87

- 1) Publishing the news (menerbitkan atau menyiarkan berita), beritanya harus di sajikan secara lengkap agar pembaca puas membacanya.
- 2) Commenting On the news (memberikan komentar terhadap suatu berita). Fungsi ini memungkinkan pembaca menemukan maksud dari suatu berita dan apa yang dikatakan orang lain tentang berita itu.
- 3) Entertaining Readers (menghibur pembaca) bahwa hasil artikel-artikel dalam surat kabar banyak dibaca oleh pembaca karena artikel-artikel dapat memberikan hiburan kepada pembaca.
- 4) Heaping Readers (membantu mengarahkan pembaca bagaimana cara menggunakan sesuatu).
- 5) Yang Publishing Adversiting (menerbitkan atau menyiarkan barang dan jasa yang ditawarkan oleh publik dengan menyewa ruang dan waktu.<sup>31</sup>

Surat kabar yaitu kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan bacaan yang bersifat riingan lainnya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu dua kali. Surat kabar adalah media cetak yang diterbtkan secara berkala berupa lembaran-lembaran relativ lebar dan tidak berjilid.<sup>32</sup>

Dari segi periode terbit surat kabar harian dan surat kabar mingguan. Surat kabar harian sendiri adalah surat kabar yang terbit setiap hari baik bentuk edisi pagi maupun edisi sore. Sedangkan surat

---

<sup>31</sup>Effendi, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 147.

<sup>32</sup>Suf Kasman, *Pers Dan Pencitraan Umat Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kementrian Agama, RI 2010), hal. 58.

kabar mingguan adalah surat kabar yang diterbitkan paling sedikit satu kali dalam seminggu.

Banyak sekali fungsi surat kabar, tidak hanya sebagai media penyampaian informasi atau hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita saja, tapi juga berfungsi sebagai hiburan bagi pembaca, pendidikan dan juga pedoman bagi pembaca untuk melakukan sosialisasi. Karena surat kabar jug berisi bacaan-bacaan ringan lainnya.

#### **b. Karakteristik Surat Kabar**

Karakteristik merupakan ciri spesifik. Dari karakteristik lahirlah sebuah identitas. Menurut sumadiria terdapat lima ciri spesifik surat kabar, yaitu:

##### 1) Publisitas

Publisitas mempunyai arti penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukkan kepada khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi dari surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum.

##### 2) Periodesitas

Peridositas, berarti pers harus terbit dengan periodik, teratur misalnya setiap hari, setiap seminggu sekali, dua minggu sekali, satu bulan sekali, atau tiga bulan sekali. Pers yang terbit tiap hari pun harus tetap konsisten dengan pilihannya, apakah terbit pada pagi hari atau

pada sore hari. Jika sekali pagi hari seterusnya harus pagi hari. Begitu juga sebaliknya, kalau sekali sore hari seterusnya harus sore hari juga, kecuali kalau ada perubahan haluan yang diputuskan melalui rapat paripurna manajemen.

### 3) Aktualitas

Aktualitas, artinya informasi apapun yang disuguhkan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau yang sedang terjadi.

### 4) Universalitas

Universalitas ini yaitu berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan keanekaragaman materi isinya. Dilihat dari materi isinya, sajian pers terdiri atas aneka macam yang mencakup tiga kelompok besar, yakni kelompok berita (news), kelompok opini (views), dan kelompok iklan (advertising).

### 5) Objektivitas

Objektivitas adalah nilai etika moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya. Setiap berita yang disuguhkan itu harus dapat dipercaya dan menarik perhatian pembaca, tidak mengganggu perasaan dan pendapat mereka. Surat kabar yang baik harus dapat menyajikan hal-hal yang faktual apa adanya,

sehingga kebenaran isi berita yang disampaikan tidak menimbulkan tanda Tanya dari pembaca. Dengan demikian, karena karakteristik surat kabar inilah tampaknya mengapa pers tetap memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, sekaligus menempati peringkat keempat dalam urutan kekuasaan sosial yang ikut menentukan arah mobilitasnya.<sup>33</sup>

### c. Surat Kabar Harian Curup Ekspres

Surat Kabar Harian Curup Ekspres adalah surat kabar harian di bawah naungan Bengkulu Ekspres, Jawa Pos, Indonesia. Surat kabar ini diterbitkan sejak tahun 2016 oleh PT. Media Rejang Ekspres yang berkedudukan di Kabupaten Rejang Lebong. Curup Ekspres berdiri pada tanggal 1 April 2016. Di bawah naungan PT. Media Rejang Ekspres dan beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 14, Kelurahan Tempel Rejo, Kecamatan Curup Selatan, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

Curup Ekspres dipilih karena saat ini Curup Ekspres merupakan satu-satunya surat kabar terbesar di Kabupaten Rejang Lebong dengan cakupan liputan pemberitaan meliputi empat daerah yaitu Kabupaten Rejang Lebong, Kabupaten Kepahiang, Kabupaten Lebong dan kota Bengkulu. Adapun rubrikasi yang disajikan meliputi bidang Pemerintahan, Sosial dan Politik, Ekonomi Bisnis, Pendidikan serta bidang Olahraga. Tentunya dengan kemasan yang profesional dan mengedepankan kode etik

---

<sup>33</sup>Sumdiria, AS. Haris, *Jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature. Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, ( Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2008), hal. 35.

jurnalistik. Demi terus mampu bersaing dengan surat kabar lainnya, maka Harian Curup Ekspres harus terus berusaha meningkatkan kualitas surat kabarnya agar menjadi semakin digemari oleh pembaca, khususnya masyarakat Curup dan sekitarnya dengan upaya pengembangan dan inovasi-inovasi baru.

Surat kabar Harian Curup Ekspres merupakan POAC dalam setiap kegiatannya, yaitu mengelola pemberitaan. Selain peran utama dalam bertanggung jawab terhadap pemberitaan, ada sebuah peran penting yang dimiliki redaksi dalam sebuah surat kabar, seperti yang dikemukakan oleh Santana redaksional merupakan sisi ideal sebuah penerbitan pers yang menjalankan visi, misi atau idealisme media yang mengurus tentang pemberitaan mulai dari peliputan, penulisan, hingga penyuntingan berita. Peran inilah yang membuat redaksi Harian Curup Ekspres menjadi penting untuk diteliti terkait dengan konvergensi media, promosi dan bagian-bagian didalamnya yang dimiliki Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Apalagi dengan persaingan ketat yang ada, maka masing-masing tim yang ada di Surat Kabar Harian Curup Ekspres, seperti tim redaksi yang harus berusaha meningkatkan kualitas pemberitaan sekaligus menjaga jati diri surat kabarnya itu sendiri agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya Surat Kabar pada Era Digital seperti saat ini.

## F. Tinjauan Tentang Upaya

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia upaya adalah usaha, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, daya upaya). Menurut Tim Penyusunan Departemen Pendidikan Nasional “upaya adalah usaha, akal atau ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya.”<sup>34</sup>

Poerwadarminta mengatakan bahwa upaya adalah usaha untuk menyampaikan maksud, akal dan ikhtisar. Peter Salim dan Yeni Salim mengatakan upaya adalah “bagian yang dimainkan oleh guru atau bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.”<sup>35</sup>

Menurut Wahyu Baskoro Upaya adalah usaha atau syarat untuk menyampaikan sesuatu atau maksud (akal, ikhtiar) Sedangkan Menurut Torsina Upaya adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Sriyanto upaya adalah usaha untuk mencapai sesuatu.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diperjelas bahwa upaya adalah bagian dari peranan yang harus dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini di tekankan pada bagaimana usaha perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

---

<sup>34</sup>Indrawan WS, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Jombang: Lintas Media, hal. 568.

<sup>35</sup>Peter Salim dan Yeni Salim, (2005) Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Modern English Press, hal, 1187.

### a. Konvergensi Media

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, epaper, e-books, radio streaming, media sosial, yang digabungkan dengan media lainnya. Kunci utama konvergensi media memang digitalisasi. Seluruh bentuk informasi ataupun data akan di ubah dalam format analog ke digital sehingga dapat dikirim dalam satuan bit (binary digital).

Format digital dari informasi yang dikirim tersebut akan menimbulkan konvergensi yang mengarah dalam lahirnya produk-produk aplikatif yang mampu melakukan fungsi audiovisual dalam komputasi secara bersamaan. Hanya dengan sebuah perangkat canggih, itu sebabnya kita bisa sekaligus membaca surat kabar, menonton televisi, mendengar radio, bahkan menelepon. Konvergensi media juga tak lepas dari adanya media yang interaktif, seperti internet.<sup>36</sup>

Dengan adanya konvergensi ini, memungkinkan meningkatnya konglomerasi industri. Hal ini memungkinkan media-media besar semakin membesar. Digitalisasi dalam konvergensi ini telah menjadi alat bagi kaum oligarki media untuk mengkonsolidasi industri dan mengurangi

---

<sup>36</sup> Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, *Kedaulatan Frekuensi Regulasi Penyiaran, Peran KPI, dan Konvergensi Media* (Jakarta: Buku Kompas), h.168.

keberagaman sudut pandang berita.<sup>37</sup> Sehingga konvergensi media mampu mengubah konsepsi Lembaga pers yang sifatnya masif dan melembaga menjadi media interaktif yang aksesnya bersifat personal atau individual. Konvergensi media mampu memperkaya informasi secara meluas karena ada akses internet. Lebih mudah, praktis dan efisien dengan adanya konvergensi menjadikan media multifungsi.

Konvergensi juga berpengaruh pada perusahaan dan industri teknologi komunikasi karena mengubah perilaku bisnis sehingga menguntungkan dan memajukan perusahaan. Masyarakat bisa mendapatkan informasi lebih cepat, sehingga membuat masyarakat akan memilih informasi yang dibutuhkan melalui media konvergen.<sup>38</sup>

Konvergensi mampu mengubah ciri-ciri komunikasi massa konvensional, seperti Umpan balik misalnya, yang biasanya selalu tertunda, akan berkurang bahkan mungkin akan lenyap sama sekali. menurut Saverin dan Tarkard, konvergensi media memunculkan karakter baru, yakni makin interaktif, sehingga penggunaanya mampu berkomunikasi secara langsung dan sekaligus memperoleh konsekuensi langsung atas pesan yang disampaikannya.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Wisnu Prasetya Utomo, Kuasa Media di Indonesia, Diterjemahkan dari buku yang berjudul „*Media power in indonesia: Oligarchs, Citizens and Digital Revolution*” oleh Rowman dan Littfield International (Tangerang: Marjin Kiri, 2019), h. 8.

<sup>38</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo Anggota IKAPI, 2016), h. 145-147.

<sup>39</sup> Tim Penyusun Komunikasi Penyiaran Indonesia, *Kedaulatan Frekuensi Regulasi Penyiaran, Peran KPI, dan Konvergensi Media*, h. 171

Setiap media membangun konvergensinya masing-masing. Sebagai contoh, Kompas grup mengembangkan beberapa media seperti Kompas.com, Kompas TV, serta Kompas.id. Setiap medium dibuat tidak untuk saling mengalahkan medium lainnya. Kompas.id bukan dibuat untuk menggantikan koran Kompas dengan beralih total ke digital, melainkan ingin membuat pilihan untuk para pembacanya apakah ingin berlangganan koran, digital, atau keduanya (Dhiya & Fadilah, 2018). Dengan demikian, pilihan medium pada kasus konvergensi di Kompas Grup merupakan strategi untuk mencapai lebih banyak raihan khalayak dengan cara memberikan lebih banyak pilihan medium.

Menurut Siopera & Veglis Terdapat empat bentuk konvergensi media yang saat ini diadaptasi oleh berbagai media di dunia, yang dalam penelitian ini dipakai untuk mengidentifikasi konvergensi yang berlangsung di Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Konvergensi yang dimaksud diantaranya:

(1) Konvergensi teknologi (multiplatform), yakni pemanfaatan berbagai macam platform atau perangkat digital untuk mereproduksi hampir semua jenis materi sehingga menuntut pekerja media untuk membuat dan menerbitkan materi dalam format yang berbeda; (2) Konvergensi bisnis, artinya bisnis yang sebelumnya dimiliki hanya satu surat kabar berubah menjadi operasi multiplatform. Konvergensi di tingkat bisnis mengarah pada bentuk baru organisasi logistik yang dirancang untuk meningkatkan

produktivitas. Media mengatur ulang tim editorial mereka untuk menghasilkan sarana produksi berita yang fleksibel dan beragam yang dapat merespon persyaratan platform digital baru; (3) Konvergensi profesional, yakni wartawan dituntut beradaptasi dengan habitat teknologi yang berkembang, yang membutuhkan keterampilan profesional baru dan sarana organisasi yang juga diperbaharui; (4) Konvergensi isi (multimedia), artinya bahwa teks yang dihasilkan oleh wartawan harus sesuai dengan platform yang digunakan, sebab isi sebuah jaringan menggabungkan kode komunikasi yang berbeda.

Melihat fakta yang telah terjadi dewasa ini, teknologi semakin berkembang pesat tanpa berpatok pada jarak geografis, media cetak perlu melakukan pengembangan ide dan tindakan demi pengembangan media berbasis internet yang akan menembus batas antara jarak, ruang atau fisik, sebab hal tersebut menjadi pertimbangan khalayak dewasa ini dalam mengakses informasi. Mengacu pada fakta bahwa secara praktis perhatian terhadap berita dan informasi yang diproduksi oleh kantor berita konvensional perlu dilakukan kajian yang melihat upaya yang dilakukan media untuk terhindar dari kebangkrutan yang semakin tampak nyata, serta untuk menjaga eksistensi media di era digital seperti saat ini.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Ahsani Taqvim Aminuddin dan Nurul Hasfi, "Kajian Jurnalisme", *Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos* 03, no. 2 (2020):142

Keberadaan konvergensi media sangat mendukung proses digitalisasi pada era globalisasi ini. Dilihat dari berbagai sisi pemanfaatan konvergensi media lebih efektif dan efisien, yaitu efektif dari sisi jangkauannya dan efisien dari sisi biayanya. Namun memang media konvergensi ini belum teruji dari sisi pencapaian tujuannya, karena penyampaian secara virtual masih banyak menghadapi kendala. Kendala tersebut selain kendala yang bersifat teknis juga kendala yang sifatnya sulit untuk diprediksi yaitu konteks sosialnya.

Pengertian konvergensi media memberikan banyak makna atau penafsiran. Para ahli sepakat mengartikan konvergensi media sebagai hal yang datang bersama-sama dari dua atau lebih hal-hal, walau belum jelas apa yang datang dan hal apa saja yang dimaksudkan. Di lain pihak konvergensi dapat dipandang sebagai datang bersama-sama dari peralatan yang berbeda dan alat-alat untuk memproduksi dan mendistribusikan berita.

Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai aliran konten yang berada di platform beberapa media. Menurut Jenkins, konvergensi media adalah proses berkelanjutan yang tidak boleh dilihat sebagai perpindahan dari media lama ke media baru, melainkan sebagai interaksi antara bentuk media dan platform yang berbeda. Berbagai bentuk media membuat suatu proses menjadi semakin fleksibel.

Setiap orang memiliki kekuatan yang berbeda dalam proses konvergensi yang terjadi, ada yang lebih menyukai media video, ada yang

audio dan bahkan masih ada yang tetap mengandalkan media cetak. Oleh karenanya konvergensi media sangat membantu orang-orang untuk dapat memahami informasi yang ada dengan cara memilih media yang sesuai karakteristik maupun tingkat fleksibilitasnya. Dapat diambil kesimpulan bahwa konvergensi media harus dilihat sebagai sebuah kerjasama dan kolaborasi antara bentuk media yang telah ada sebelumnya dengan yang ada sekarang.

Marshall dan Burnett menjelaskan konvergensi sebagai campuran media, teknologi dan komunikasi serta industri komputer atau dapat dikatakan pula sebagai proses mengaburkan batas-batas antara platform media yang berbeda dan kemudian menyatukan mereka dalam satu sistem digital. Sehingga salah satu cara memahami konvergensi media adalah dengan memahami interaksi antara bentuk-bentuk media lama dan media baru.<sup>41</sup>

## **b. Promosi**

### **1. Pengertian Promosi**

Promosi adalah suatu upaya ataupun usaha untuk meningkatkan atau memajukan suatu bidang usaha. Promosi berasal dari promote dalam bahasa Inggris yang dapat diartikan dengan meningkatkan atau mengembangkan. Jika pengertian tersebut dihubungkan dengan suatu

---

<sup>41</sup>Iud Dwi Mursitora dan finita Aditia, "JOISCOM (Journal Of Islamic Communication)", *Konvergensi Harian Bengkulu EkspresDi Era Digital* 2, no. 1 (2021):5

usaha berarti sebagai alat untuk meningkatkan jumlah. Promosi merupakan kegiatan terpenting dan memiliki peran dalam memperkenalkan memberitahukan atau juga mengingatkan akan manfaat atau kelebihan sesuatu yang dipromosikan kepada konsumen agar tertarik untuk mengikuti apa yang ditawarkan tersebut. Untuk melaksanakan kegiatan promosi setiap lembaga harus bisa menentukan pilihan dengan tepat alat promosi apakah yang tepat digunakan sehingga bisa mencapai suatu tujuan promosi tersebut.<sup>42</sup>

Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah bentuk dari komunikasi pemasaran, sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan khalayak. Menurut Basu Swastha promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada suatu tindakan yang dapat menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut pendapat Kotler promosi mencakup semua alat bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran utama sebagai komunikasi yang sifatnya membujuk.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>reddy Rangkuti, *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*, (Jakarta: anggota IKAPI, 2009), hal. 49

<sup>43</sup>prints.uny.ac.id diakses pada 3 Agustus 2021 pukul 20.00 WIB

Promosi menjadi suatu elemen penting dalam mencapai suatu tujuan atau target yang diinginkan, karena promosi berperan aktif dalam memberitahukan, menginformasikan, memperkenalkan dan mengingatkan kembali manfaat dari produk yang ditawarkan, hingga konsumen tertarik untuk mengikuti apa yang di promosikan tersebut.

## 2. Fungsi Promosi

### a) Informing

Informing merupakan suatu kegiatan promosi yang berarti memberitahukan atau menginformasikan informasi yang lengkap kepada calon konsumen tentang suatu lembaga atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang disampaikan ini juga dapat berbentuk tulisan ataupun gambar yang di buat dengan menarik.

### b) Persuading

Persuading adalah kegiatan promosi yang berarti membujuk atau mengajak calon konsumen agar mau mengikuti sesuatu yang ditawarkan, yang pasti pada kegiatan persuading ini hanya sebatas usaha untuk membujuk konsumen bukan memaksa, jadi hasil keputusan yang akan diambilpun mungkin keputusan yang negatif.

### c) Menambah nilai

Promosi yang efektif membuat merek dipandang lebih elegan, bergaya, bergengsi dan pasti lebih unggul dari

pesaingnya. Terdapat tiga komponen yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk menambah nilai bagi penawaran-penawaran mereka, yaitu inovasi, penyempurnaan kualitas, ataupun mengubah persepsi konsumen.

d) Promosi sebagai alat untuk mencapai tujuan

Promosi bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk mencapai tujuan yaitu dengan menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan dari dua pihak dapat terpenuhi.<sup>44</sup>

### 3. Tujuan Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan menambah pendapatan perusahaan. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, memperkenalkan dan mengingatkan tentang suatu jasa yang di tawarkan kepada khalayak mulai dari kegunaan, manfaat, keunggulan, harga dan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>45</sup>

Media promosi adalah suatu sarana atau fasilitas yang digunakan oleh suatu badan usaha baik itu perorangan atau individu dan suatu

---

<sup>44</sup>Repository.unpas.ac.id diakses pada 3 Agustus 2021 pukul 20.15 WIB

<sup>45</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi 2008), hal. 219

lembaga untuk memperkenalkan suatu jasa kepada orang lain. Saat ini banyak sekali jenis media promosi yang dapat digunakan seperti media elektronik dan media online

Media promosi serta kekurangan dan kelebihanya:

1. Radio Berpotensi membidik khalayak yang spesifik, bersifat instruktif, bersifat fleksibel dan sederhana Hanya bersifat audio, sifat siaran tidak dapat ditarik ulang, rentan mengalami gangguan
2. Koran/ surat kabar Harga jual terjangkau, banyak informasi yang disajikan, mudah disimpan dan dibaca kembali, tidak butuh alat untuk menggunakan Koran, tempat mencari informasi tentang lowongan pekerjaan dan media untuk beriklan Berita yang disajikan sedikit terlambat, hanya menyuguhkan foto dan tulisan saja, biaya cetak dan distribusi cukup mahal dan jangkauan pembaca terbatas.
3. Majalah Informasi yang dikemas lebih menarik dan mendalam, dapat dinikmati dalam jangka waktu yang panjang dan pembacanya lebih selektif Harga yang relative tinggi, pendistribusian yang tidak merata, rendahnya fleksibilitas dan bahan yang mudah rusak.
4. Media sosial  
Lebih cepat mendapatkan informasi, menambah ilmu pengetahuan, bisa menjalin silaturahmi tanpa harus bertatap muka, dan bisa Sering disalah gunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk melakukan

tindakan kriminal, dan rawan penipuan, mendapatkan banyak teman dari mana saja.

Dapat disimpulkan beberapa jenis media yang bisa digunakan dalam kegiatan promosi yang tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, dan tentu dapat disesuaikan penggunaannya berdasarkan kebutuhan dan kondisi tertentu.

#### 4. Bauran Promosi

Bauran promosi adalah suatu alat yang digunakan oleh lembaga untuk berkomunikasi dengan khalayak ramai. Sedangkan pengertian bauran menurut Amstrong dan Kotler, bauran promosi adalah sebuah perpaduan yang spesifik iklan, hubungan masyarakat, pengenalan pribadi, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan sebagai sarana untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen, perpaduan dari semua alat promosi yang dilakukan untuk mencapai tujuan yaitu agar konsumen tertarik kepada jasa yang ditawarkan.<sup>46</sup>

Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Amstrong tersebut maka terdapat beberapa unsur dalam bauran promosi yaitu:

##### a) Advertising (Periklanan)

Iklan merupakan bentuk promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu lembaga atau jasa. Keuntungan dari periklanan adalah iklan dapat

---

<sup>46</sup>Repository.unpas.ac.id diakses pada 3 Agustus 2021 pukul 20.30 WIB

menjangkau massa peminat yang tersebar secara luas. Iklan juga memungkinkan perusahaan untuk mengulangi pesan secara berulang-ulang. Namun iklan juga memiliki kerugian karena iklan tidak bersifat personal atau tidak membujuk orang secara langsung.

Iklan hanya bisa melakukan komunikasi satu arah dengan konsumen atau pemirsa, adapun media iklan yang digunakan seperti iklan cetak, siaran, brosur, internet, serta logo dan simbol.

Lupiyoadi mengemukakan ada beberapa tujuan periklanan antara lain sebagai berikut: (1). Iklan yang bersifat memberikan informasi (Informative Advertising) yaitu iklan yang menerangkan secara detail tentang barang dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan menciptakan minat konsumen atas produk tersebut. (2). Iklan Yang Bersifat Membujuk (Persuasive Advertising) yaitu iklan yang menjadi sesuatu yang sangat penting dalam situasi persaingan dimana tujuan perusahaan adalah guna menciptakan permintaan pasar yang selektif akan suatu merek tertentu.

b) Hubungan Masyarakat (Publisitas)

Hubungan masyarakat berfungsi untuk membangun, menimbulkan hubungan yang baik antara komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menimbulkan motivasi serta partisipasi, dengan tujuan menimbulkan serta mengembangkan pengertian dan kemauan publik dan mendapat

opini public yang menguntungkan. Keuntungan dari publisitas yaitu dapat menjangkau calon peminat yang banyak, sedangkan kerugian dari publisitas adalah perusahaan sangat jarang memanfaatkan atau menggunakan publisitas sebagai pemikiran selanjutnya.

c) Promosi Media Sosial

Michael mengemukakan bahwa media sosial menjadi trending dalam berkomunikasi, berinteraksi, serta sebagai media promosi. Dengan media sosial pesan atau informasi dapat disebarkan dengan cepat kepada pengguna internet dengan jumlah yang besar serta biaya yang terbilang murah.<sup>47</sup>

## **G. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat**

### **a. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung terdiri dari dua kata yaitu faktor dan pendukung. Faktor Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan, hal atau peristiwa yang ikut mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu.

Adapun pengertian pendukung Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang sifatnya mendukung, orang yang mendukung, penyokong, pembantu, penunjang. Dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung adalah hal atau kondisi yang dapat mendukung atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi.

---

<sup>47</sup>Basu Swastha, *manajemen pemasaran: analisa perilaku konsumen*, hal. 273

## b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat terdiri dari dua kata yaitu faktor dan pendukung. Faktor Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan, hal atau peristiwa yang ikut mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu.

Adapun pengertian penghambat adalah sesuatu yang sifatnya menghambat, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata penghambat diterjemahkan sebagai hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi).

Sedangkan pengertian dari hambatan sesuatu yang dapat menghalangi kemajuan atau pencapaian suatu hal. Kemudian kata dari hambat yang menjadi kata dasar penghambat memiliki arti membuat sesuatu menjadi lambat atau tidak lancar.

Berdasarkan kutipan diatas , dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor penghambat adala segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup>Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan)* 2012-2021. <https://kbbi.web.id/faktor>. (Diakses:3/08/21)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan aspek yang sangat penting dan memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari objek penelitian.<sup>49</sup>

Penelitian kualitatif menurut menurut Imam Gunawan adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari prularisasi dunia kehidupan. Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial, dan persepsi sasaran penelitian.<sup>50</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis dalam menyusun skripsi ini berupa keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi mengenai persoalan-persoalan yang terjadi di lapangan atau lokasi penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif adalah tipe penelitian yang menggambarkan atau memaparkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki.

---

<sup>49</sup>Consoelo, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: UI 1993), hal. 71.

<sup>50</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hal. 81.

Penelitian ini dilihat dari segi tujuannya adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>51</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan suatu keadaan, sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan mencari sebab suatu gejala tertentu. Penelitian ini memberikan gambaran keseluruhan tiap masalah yang menjadi objek penelitian terutama yang berkaitan dengan upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

## **B. Subjek Penelitian**

Agar dapat melaksanakan penelitian, peneliti harus menentukan subjek yang akan diteliti, sehingga dalam melaksanakan penelitian dapat berjalan dengan lancar dan baik. Subjek penelitian adalah pihak yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Subjek merupakan sesuatu yang ditujuh untuk diteliti oleh peneliti.<sup>52</sup> Subjek penelitian juga merupakan benda, hal atau orang serta tempat data untuk variable sebagai subjek yang akan diteliti yang dianggap dapat mewakili yang diteliti.<sup>53</sup>

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ada di perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres yaitu orang-orang yang melakukan upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar harian Curup Ekspres di era digital,

---

<sup>51</sup>Lexi J. Moleong, *metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: remaja rosdakarya, 2014), hal. 4.

<sup>52</sup>Suharsimmi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Edisi Revisi, (Jakarta : Rineka Cipta, 2005). hal. 85.

<sup>53</sup>*Ibid*, hal. 130.

seperti General Manager/Pimpinan Redaksi, Redaktur, Wartawan, dan Admin Surat Kabar Harian Curup Ekspres.

### **C. Objek Penelitian**

Menurut Supriati objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian dilakukan. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, objek penelitian merupakan inti dari problematika penelitian.<sup>54</sup>

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa objek penelitian adalah sasaran isu, problem atau permasalahan yang akan dibahas, dikaji dan diteliti dalam penelitian. Objek dari penelitian ini adalah akun Surat Kabar (Koran) Harian Curup Ekspres.

### **D. Lokasi Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di lingkungan kantor perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman No. 14, Kelurahan Tempel Rejo, Kecamatan Curup Selatan, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Adapun alasan peneliti memilih melakukan penelitian disini karena tempat yang terhitung dekat sehingga memudahkan peneliti ke lokasi penelitian.

Selain itu alasan mendasar peneliti melakukan penelitian di Surat Kabar Harian Curup Ekspres adalah karena peneliti melihat ada beberapa masalah yang menjadi latar belakang peneliti yaitu, karena melihat banyaknya media cetak yang tutup di era digital seperti saat ini, namun media cetak Surat Kabar Harian Curup Ekspres tetap bisa bertahan sampai sekarang yang dilihat bahwa justru dari tahun

---

<sup>54</sup><http://www.kumpulanpengertian.com/2019/12/pengertian-objek-dan-metode-peneliti.html> diakses pada tanggal 29 April 2021 pukul 20.00 WIB.

ke tahun jumlah Koran Harian Curup Ekspres yang terjual selalu mengalami peningkatan kecuali pada saat tahun 2020 yang sedikit mengalami penurunan namun bisa dikatakan tetap stabil.

#### **E. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data menjelaskan tentang dari mana diperolehnya data yang dikumpulkan serta orang-orang yang dimintai keterangan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan.<sup>55</sup>

Adapun Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua, diantaranya sebagai berikut:

##### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang di peroleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan.<sup>56</sup> Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan observasi wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menetapkan informan dengan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti menetapkan lebih awal tentang siapa saja yang akan menjadi sampelnya dan peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling* sebagai pelengkap. Peneliti menetapkan lebih awal bahwa yang menjadi informan kunci adalah Pimpinan perusahaan, Redaksi, Redaktur Surat Kabar Harian Curup Ekspres yang

---

<sup>55</sup>Sugiyono, *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R Dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 11.

<sup>56</sup>Husen Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), Hal. 42.

terlibat dalam upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar harian Curup Ekspres di era digital.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk publikasi seperti buku-buku perpustakaan, arsip, data yang telah ada, dan dokumentasi yang dijadikan literatur penelitian yang berhubungan dengan masalah yang dikembangkan. Fungsinya sebagai penunjang data primer agar hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.<sup>57</sup>

Peneliti sendiri memperoleh data dari buku-buku yang ada di perpustakaan offline maupun online, e-book, google book, jurnal-jurnal offline maupun online, arsip dan data yang telah ada baik di perpustakaan maupun di kantor perusahaan curup ekspres serta dokumentasi.

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>58</sup> Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam rangka memperoleh data yang representatif dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>57</sup>*Ibid*, hal. 43

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Alfabeta: Bandung 2014), hal. 224.

## 1. Teknik Observasi

Observasi disebut juga sebagai pengamatan secara langsung untuk mengetahui keadaan atau situasi yang ada hubungannya dengan daerah objek penelitian (lapangan). Observasi merupakan sebagai pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>59</sup>

Dalam observasi penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi terus terang atau tersamar. Menurut sugiyono dalam observasi terus terang atau tersamarkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.<sup>60</sup>

Hal yang langsung diamati dalam penelitian ini adalah perusahaan, redaksi dan bagaimana Upaya yang dilakukan Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi Industri Media Cetak di Era Digital. Dari teknik observasi ini nantinya peneliti dapat memperoleh data yang lebih akurat yang berkaitan dengan penelitian.

---

<sup>59</sup> Amirul Hadi, dkk, *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (Bandung : Pustaka Setia , 1998), hal. 192.

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta : Alfabeta, 2008), hal. 312.

## 2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi yang seperti percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Dalam proses wawancara ada dua pihak yang menempati kedudukan yang berbeda yaitu “pewawancara (*interviewer*) sebagai pengejar informasi atau yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang diwawancarai (*interviewee*) sebagai pemberi informasi atau yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan tersebut.<sup>61</sup>

Wawancara adalah instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Metode wawancara ini merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula atau kontak langsung dengan peneliti atau juga tatp muka antara peneliti dengan responden.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur yaitu peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Selain itu peneliti juga menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu peneliti bebas dan tidak menggunakan pedoman wawancara untuk mengumpulkan data yang diperlukan.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial, cet VII* (Bandung: Mandar, 1996), hal. 18.

<sup>62</sup>Sugiyono, *Op, Cit.*, hal. 319

Wawancara secara langsung yaitu dengan objek penelitian, yaitu wawancara di lakukan kepada General Manager sekaligus pimpinan Redaksi, Redaktur, wartawan, editor, pracetak, sirkulasi dan admin Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Wawancara ini merupakan teknik pengumpulan data yang paling dominan yang di lakukan dalam proses pengumpulan data. Selama proses wawancara peneliti menggunakan aplikasi perekam suara yang ada di Handphone dan dilengkapi dengan alat tulis untuk mencatat poin-poin penting dalam wawancara.

### 3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi dalam pelaksanaan penelitian adalah melakukan pencarian data dengan menelaah dokumen-dokumen atau informasi yang tercatat dalam buku prosedur penelitian, “dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, majalah, surat kabar dan sebagainya.”<sup>63</sup>

Dalam hal ini peneliti melihat dokumen ataupun arsip yang dimiliki oleh Surat Kabar Harian Curup Ekspres terkait dengan sejarah, visi dan misi serta struktur organisasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres.

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, dan setelah selesai memasuki lapangan. Analisa data adalah upaya

---

<sup>63</sup>Arikunto Suharsemi, *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2001) hal. 201.

mencari dan menata secara sistematis catatan hasil konservasi, wawancara, dan sebagainya. Untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.<sup>64</sup>

Nasution menyatakan bahwa analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Untuk melakukan analisis, peneliti perlu menangkap, mencatat, menginterpretasikan dan menyajikan informasi.<sup>65</sup>

Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan tiga komponen yaitu:

1. Data reduction (reduksi data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dalam mereduksi data peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai, tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan penelitian. Data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Data display (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

---

<sup>64</sup>*Ibid*, Hal. 206

<sup>65</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 20140), hal. 245

Miles dan Huberman bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

### 3. Conclusion Drawing (verifikasi)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis dan teori.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup>*Ibid*, hal. 253

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Surat Kabar Harian Curup Ekspres**

Surat Kabar Harian Curup Ekspres berdiri atas nama PT. Media Rejang Ekspres berkedudukan di Kabupaten Rejang Lebong. Didirikan oleh para pemegang saham pada hari Jumat tanggal 1 April 2016 berdasarkan akte notaris No. 53 tanggal 25 Februari 2016 yang dibuat oleh Notaris Rizfitriani Alamsyah, SH, yang berkedudukan di Kota Bengkulu. Perusahaan ini beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 14, Kelurahan Tempel Rejo, Kecamatan Curup Selatan, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu dengan modal awal pendirian perusahaan ini sebesar Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Langkah awal yang dilakukan oleh Surat Kabar Harian Curup Ekspres diawal berdiri yakni dengan melakukan pembagian koran secara gratis kepada masyarakat sebanyak seribu eksemplar koran. Langkah tersebut dilakukan sebagai bentuk promosi akan kehadiran surat kabar harian Curup Ekspres kala itu. Dengan langkah promosi tersebut, kemudian banyak masyarakat yang tertarik karena rubrikasi dan tampilan Koran yang berbeda sehingga banyak ingin berlangganan Koran Curup Ekspres.

Kala itu Surat Kabar Harian Curup Ekspres adalah surat kabar yang lahir ditengah era perubahan yang sangat cepat, hampir dari semua aspek kehidupan, politik, ekonomi, IPTEK, sosial budaya dan banyak lagi. Bertumpu pada keyakinan bahwa kedekatan dengan public pembaca adalah segalanya bagi sebuah surat kabar. Hanya saja upaya tersebut jelas tidak mudah, namun berkat Rahmat Allah SWT, Surat Kabar Harian Curup Ekspres mampu menanggapi. Dengan materi tenaga kerja yang semuanya adalah tenaga kerja local (asli Rejang Lebong), membuat dari tahun ke tahun Surat Kabar Harian Curup Ekspres mampu meningkatkan oplah jual Koran dari ratusan ekspsemplar per hari menjadi ribuan ekspsemplar per hari.

Disisi lain lahirnya harian Curup Ekspres juga lantaran perkembangan otonomi daerah sehingga membuka peluang besar bagi pengembangan kemandirian ekonomi daerah, baik pada tingkat kabupaten maupun propinsi. Inilah saat bagi masyarakat Rejang Lebong untuk memperkuat ekonomi mereka. Seperti peningkatan kemampuan sumber daya manusia. Pendayagunaan potensi sumber daya alam. Surat Kabar Harian Curup Ekspres mendukung pelaksanaan otonomi daerah secara baik dan benar, sekaligus memberdayakan masyarakat umum dan usahawan lokal.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup>Dokumen Surat Kabar Harian Curup Ekspres 2016

## 2. Makna Logo

**Gambar 4.1**

**Logo Surat Kabar Harian Curup Ekspres**



Curup Ekspres : Nama Media Surat Kabar Harian Curup Ekspres  
 Koran Kito Nian : Merupakan Tagline Surat Kabar Harian Curup Ekspres Yang Memiliki Arti Bahwa Curup Ekspres Merupakan Koran Bersama Dan Milik Masyarakat Di Tanah Rejang.<sup>68</sup>

## 3. Filosofi, Visi dan Misi Perusahaan

### a. Filosofi

Cermat, Akurat, Berimbang, Efektif dan Efisiens

### b. Visi:

“Menjadi perusahaan pers terkemuka dan menjangkau seluruh pelosok negeri”

### c. Misi:

- a) Menciptakan perusahaan yang sesuai standar mutu
- b) Membangun dengan efektif dan efisien

---

<sup>68</sup>Dokumen Surat Kabar Harian Curup Ekspres

- c) Membentuk perusahaan yang menghasilkan keuntungan dan manfaat bagi karyawan dan stakeholder
- d) Berpartisipasi membantu pemerintah dalam pembangunan
- e) Membangun informasi yang sesuai fakta dan peristiwa<sup>69</sup>

#### **4. Struktur Organisasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres**

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan manajemen yang baik dalam melaksanakan dan mengatur seluruh sumber daya yang diperlukan, termasuk unsur manusianya dengan segala macam aktivitasnya yang berdampak dengan manajemen. Pembagian kerja adalah keharusan mutlak. Tanpa itu kemungkinan terjadinya tumpang tindih menjadi amat besar. Pembagian kerja pada akhirnya akan menghasilkan departemen-departemen dan job description dari masing-masing departemen sampai unit-unit terkecil dalam organisasi. Dengan pembagian kerja, ditetapkan sekaligus susunan organisasi, tugas dan fungsi masing-masing unit organisasi, tugas dan fungsi masing-masing unit organisasi pembagian kerja bukan saja perlu dilihat dari manfaat yang diperoleh dari manfaat yang diperoleh spesialisasi, tetapi dalam rangka mewujudkan penempatan orang yang tepat dalam jabatan yang tepat dan dalam rangka mempermudah pengawasan oleh atasan.

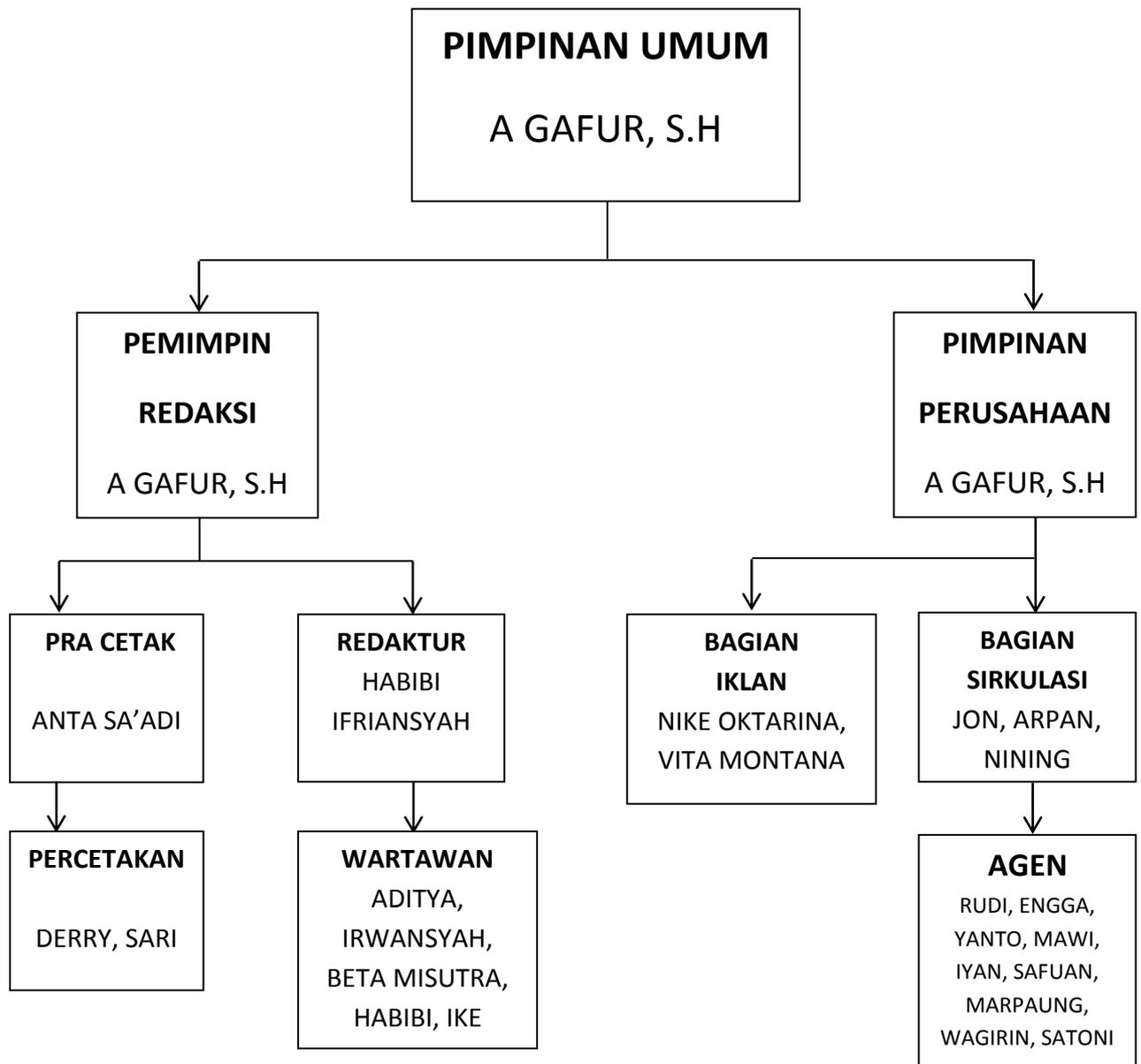
---

<sup>69</sup>Dokumen Surat Kabar Harian Curup Ekspres

Struktur organisasi merupakan alat yang dipakai manajer dalam mencapai tujuan perusahaan, dimana nantinya diharapkan hubungan antara setiap individu dapat berjalan dengan baik dan biaya yang dikeluarkan dapat ditekan sekecil mungkin.

Di bawah ini adalah Bagian Struktur Organisasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres

## STRUKTUR ORGANISASI HARIAN CURUP EKSPRESS



## 5. Daftar Nama Karyawan

Selain Struktur Organisasi Curup Ekspres ada juga nama-nama keseluruhan karyawan dan karyawan Curup Ekspres

Tabel 4.1 nama-nama karyawan dan karyawan Curup Ekspres

No	NAMA	JENIS KELAMIN	JABATAN
1	Abdul Gafur, S.H	Laki-laki	General Manager/Pimpinan Perusahaan
2	Habibi Ifriansyah	Laki-laki	Redaktur
3	Anta Sa'adi	Laki-laki	Kabag Pra Cetak
4	Deri Prastatian	Laki-laki	Pra Cetak
5	Irwansyah	Laki-laki	Wartawan Daerah
6	Aditya	Laki-laki	Wartawan Daerah
7	Sari Apriyanti	Perempuan	Operator online
8	Arpan Mawi	Laki-laki	Sirkulasi
9	Jon Hendri	Laki-laki	Sirkulasi
10	Satoni	Laki-laki	Ekspedisi
11	Nike Oktarina	Perempuan	Kabag Iklan
12	Nining	Perempuan	Admin Sirkulasi
13	Vita Montana	Perempuan	Admin dan Bendahara
14	Beta Misutra	Perempuan	Wartawan Daerah
15	Ariyo	Laki-laki	Office Boy (OB)

### B. Profil Informan

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui informan, yaitu General Manager dan Pemimpin Redaksi Surat Kabar Harian Curup Ekspres serta beberapa karyawan lainnya seperti Redaktur, Kabag Pra Cetak, Manager Iklan, Operator Online (Media Sosial) dan Admin atau orang-orang yang terlibat dalam upaya mempertahankan eksistensi surat kabar harian Curup Ekspres.

Informan adalah orang yang memberikan informasi, informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya dipancing oleh pihak peneliti.

Dalam penelitian ini penulis sudah menetapkan sebanyak 6 informan, yang terdiri dari 1 (satu) orang informan kunci dan 5 orang sebagai informan utama. Adapun 1 orang informan kunci ini merupakan General Manager sekaligus Pimpinan Redaksi Surat Kabar Harian Curup Ekspres tahun 2016-2021 yaitu Abdul Gafur, S.H yang beralamatkan di Tebat Monok Kepahiang.

Tabel 4.2 Nama-nama informan utama

No	Nama	Jabatan	Alamat
1.	Habibi Ifriansyah	Redaktur	Kesambe Baru, Curup
2	Anta Sa'adi	Kabag Pra Cetak	Kesambe Baru, Curup
3	Sari Apriyanti	Operator Online	Durian Depun, Kepahiang
4	Nining	Sirkulasi	Sukawati, Curup
5	Vita Montana	Admin dan Bendahara	Bumi Sari, Kepahiang

### C. Temuan Penelitian

1. Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada Pemimpin Redaksi dan beberapa orang tim redaksi Surat Kabar Harian Curup

Ekspress yang terlibat dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Harian Curup Ekspress di Era Digital.

Adapun Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspress dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital yang disampaikan oleh Abdul Gafur selaku General Manager Surat Kabar Harian Curup Ekspress adalah dengan konvergensi media.

“Upaya yang dilakukan Surat Kabar Harian Curup Ekspress ini untuk mempertahankan eksistensi atau keberadaan Koran di era digital yaitu dengan membuat jaringan berita baru berupa Curup Ekspress Online. Jika selama ini kita hanya fokus di koran saja, dengan adanya tantangan zaman yang serba digital saat ini, maka kita mengkonvergensi media kita ke online. Dan alhasil sejak 2020 lalu kita sudah miliki perusahaan online sendiri yang tentunya memiliki legalitas yang resmi dan disahkan dengan akta pendirian perusahaan Curup Ekspres Online. Konvergensi media disini bukan sebagai perpindahan media cetak ke media online, tetapi dengan pemanfaatan media online dengan tidak meninggalkan media cetak.”<sup>70</sup>

Selain itu, upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspress dalam Mempertahankan Eksistensinya yaitu dengan melakukan beberapa kegiatan promosi kesekolah-sekolah atau roadshow ke sekolah dan juga krgiatan kemasyarakatan.

“Kegiatan roadshow kesekolah yaitu kita mengenalkan ritelasi kepada para siswa dengan membaca Koran. Kita juga memberikan beberapa games dan reward kepada para siswa yang sudah disiapkan para sponsor seperti Astra Motor, Indofood, Bank Bengkulu, FIF dan sebagainya. Dari kegiatan ini kita juga membantu pihak sponsor dengan mengenalkan brand dari sponsor lewat koran yang di baca oleh siswa sekolah. Kemudian kita juga melakukan kegiatan promosi dengan menggelar kegiatan dalam skala besar, seperti jalan sehat spektakuler dalam rangka HUT Curup Ekspress dengan menggandeng Luwak White Koffe dan Pemkab Rejang Lebong. Adapun lomba di event-event tertentu yang kita

---

<sup>70</sup>Abdul Gafur, *Wawancara General Manager SKH Curup Ekspress* tanggal 3 Mei 2021

lakukan ini juga merupakan salah satu upaya promosi dari Curup Ekspres. Dimana dengan adanya kegiatan dan event tersebut membuat masyarakat lebih mengenal koran Curup Ekspres dan sponsor yang kita gandeng”

Menurut Habibi Ifriansyah Redaktur Surat Kabar Harian Curup Ekspres:

“Di zaman canggih dan Era digital seperti saat ini, tidak bisa di pungkiri bahwa banyak situs media-media online. Jadi kita pun memanfaatkan media online sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan eksistensinya di era digital seperti saat ini. Untuk kualitas pemberitaan itu mengikuti seperti di Koran yang menjadi pembeda di Koran harus detail dan menggunakan 5W+1H.Sedangkan jika di Online Kita tidak detail cukup menggunakan 5 W saja. Kemudian untuk mengetahui kredibilitas suatu berita kita mengkonfirmasi narasumber langsung ke lapangan dan diperjelas dengan dokumentasi foto sehingga sumbernya jelas dan tidak hoax. Selain kualitas pemberitaan didukung juga dengan tampilan atau design, untuk Curup Ekspres sendiri jika dibandingkan dengan yang lain termasuk lebih bagus dari segi tampilannya, jika yang lain ke banyak sama, kalau yang Curup Ekspres ini kita buat lebih beda misal dari kopnya sehingga menjadi ciri khas tersendiri dan mudah di kenali oleh masyarakat”<sup>71</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Anta Sa’adi, KaBag Pracetak Surat Kabar Harian Curup Ekspres:

“Diera digital informasi semakin cepat beredar, sedangkan Koran harus menunggu keesokkan harinya. Tapi bedanya dari yang lain yaitu di curup ekspres online kita hanya mendapatkan informasi sepenggal dalam bentuk teks dan gambar seputar berita saja, sedangkan di Koran untuk membuatnya lebih menarik dibuatlah semacam grafis dari setiap berita. Ada grafis, info grafis, kalimat penentu, kutipan dan juga konsep menarik dari segi tampilan yang ditampilkakan di Koran semua itu tidak ada di media online karena di Koran bisa lebih kreatif dan menampilkan pemberitaan secara lengkap mulai dari datanya seperti apa kemudian kita berikan grafis ilustrasi, info grafis data-data yang seperti ini tidak dapat ditemukan di media online yang menjadi pembeda dan upaya kami menjaga eksistensi Surat Kabar (Koran) Curup Ekspres di Era Digital. Selain itu juga ada rubrik khusus yaitu rubrik yang hanya ada di Koran Curup Ekspres tergantung dari pimpinan redaksi ingin rubrik

---

<sup>71</sup>Habibi Ifriansyah, *Wawancara* tanggal 21 Juli 2021

khusus apa yang kita buat, misal salah satunya di curup ekspres ini ada halaman Bengkulu lembak”<sup>72</sup>

Habibi Ifriansyah, Redaktur Surat Kabar Harian Curup Ekspres juga menambahkan:

“Dengan kegiatan roadshow ke sekolah yang digagas Event Organzeer (EO) Curup Ekspres merupakan upaya promosi yang kita lakukan. Dengan kegiatan roadshow kesekolah ini memiliki dampak, karena membaca koran di sekolah pada zaman seperti sekarang ini anak-anak sudah sulit dan banyak yang tidak mau membaca koran. Nah salah satu tujuan dari roadshow tersebut adalah supaya siswa-siswi tersebut mau lagi untuk membaca, salah satunya membaca koran. Sehingga mengurangi potensi kecanduan main game. Selain membantu mengedukasi anak-anak untuk membaca koran dan mendapat informasi secara tidak langsung kita juga membantu guru. Sehingga koran jadi dikenal dan dibaca oleh kalangan generasi muda sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan juga edukasi. Kemudian upaya promosi yang kita lakukan juga dengan mengadakan kegiatan-kegiatan lomba seperti lomba menulis atau lomba membuat madding disekolah dan membuat lomba untuk masyarakat dievent-event tertentu. Sehingga pihak sekolah dan juga masyarakat tahu bahwa Surat Kabar Curup Ekspres ini ada”

Sari Apriyanti, Operator media sosial (online) Curup Ekspres mengungkapkan:

“Upaya yang kita lakukan pertama yang pertama dilakukan dengan pemanfaatan media online dikoran Curup Ekspres yakni dengan menyajikan berita Koran di halaman online atau disebut denngan konvergensi media. Kemudian dengan upaya promosi dengan cara menyajikan sebagian berita di online dan selengkapnya membaca di koran tujuannya agar pembaca penasaran dan membaca berita selengkapnya di koran. Kedua, berita yang kita tayangkan di online sesuai dengan kebutuhan masing-masing orang, misal anak-anak muda lebih suka membaca berita dari situs website, sedangkan orang yang lebih tua lebih suka membaca Koran jadi kita sesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Kemudian upaya promosi yang dilakukan dengan menyebarkan link situs website Curup Ekspres online yang memang berita portalnya disana dan setiap akhir berita kita terahkan no telepon kantor Surat Kabar Harian Curup Ekspres apabila ada yang ingin membeli atau berlanggan koran. Untuk media sosial sendiri ada

---

<sup>72</sup>Anta Sa’adi, *Wawancara* tanggal 28 Mei 2021

Facebook, instagram dan youtube. Kalau untuk di Facebook lebih mengarah ke beritanya langsung dengan mencantumkan link website. Kalau untuk di Instagram lebih ke upload gambar berita difeed Instagram dan membuat caption sesuai gambar berita dan juga di story Instagram. Kalau di WA link juga yang disebar. Youtube berita yang ada di koran yang di vidiokan. Kemudian ada juga namanya sekilas baca harian untuk promosi koran apa yang akan terbit dan sekilas info berita yang disebar juga melalui media sosial”

## 2. Faktor pendukung dalam melakukan upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital.

Dalam melakukan upaya-upaya tentulah ada faktor-faktor pendukung dalam suksesnya suatu upaya atau usaha yang dilakukan Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam kegiatan melakukan Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital terdapat beberapa faktor pendukung.

Menurut General Manager Curup Ekspres Abdul Gafur yaitu:

“Faktor pendukung dalam melakukan upaya mempertahankan eksistensi yang kita lakukan pertama memperkuat kerja sama antar tim, karena di media semua nya hasil kerja sama tim, seperti dari redaksi, sirkulasi, EO, bagian iklan dan semuanya harus bekerja sama satu sama lain. Yang kedua, adanya rapat redaksi atau yang dalam istilah kewartawanan kami sebut sebagai rapat proyeksi. Rapat ini kami gelar setiap pagi. Seluruhnya dari masing-masing tim, baik dari tim redaksi, tim sirkulasi, dan bagian iklan juga melakukan ini. Isinya membahas baik dari segi perencanaan, pelaksanaan, hasil dari berita, pemasaraan dan iklan. Kemudian juga ada rapat evaluasi setiap tanggal 25 setiap bulan. Yang ketiga faktor pendukung dalam melakukan upaya ini tentu saja dengan tidak adanya hambatan kerja dari masing-masing divisi semisal sakit atau berhalangan lainnya.”<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup>Abdul Gafur, *Wawancara* tanggal 10 Juni 2021

Hal serupa juga disampaikan oleh Habibi Ifriansyah selaku Redaktur Surat Kabar Harian Curup Ekspres:

“Redaksi utamanya menciptakan tim yang solid terlebih dahulu. Sehingga sajian berita yang ditampilkan dikorann lebih bervariasi dan beda dari media lainnya. Kemudian redaksi juga melakukan kerjasama ke semua divisi sepertii kersajama ke sirkulasi, EO, bagian iklan dan semuanya harus bekerja sama satu sama lain. Yang penting dari internalnya dulu baru lah ke luar”.<sup>74</sup>

### 3. Faktor penghambat dalam melakukan upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital

Menurut General Manager Curup Ekspres Abdul Gafur:

“Faktor penghambat ini sendiri bisa di pengaruhi dari masing-masing divisi yang berimbas kepada perusahaan. Semisal kurangnya personil wartawan pada tim redaksi. Kondisi ini mengakibatkan kadang terhambatnya proses penyajian berita, karena masih kurangnya narasumber. Kemudian hambatan dari divisi pemasaran Koran (sirkulasi), seperti Koran tidak laku lantaran loper (penjual koran) sakit atau berhalangan. Kemudian semisal dari divisi iklan yang terhambat karena kadang masih banyak tunggakan dari para pemasang iklan yang mengakibatkan utang dipihak ketiga membengkak. Faktor penghambat untuk saat ini juga yang paling berdampak yani wabah covid 19 yang tak kunjung teratasi. Kondisi ini juga mengakibatkan beberapa event dan kegiatan tidak bisa dilakukan”.<sup>75</sup>

Menurut Habibi Ifriansyah selaku Redaktur bahwa:

“Hambatan itu pasti ada, tergantung bagaimana kita mengimbangi nya. Seperti wabah covid-19 membuat sekolah tidak tatap muka, tapi hal itu tidak begitu menjadi hambatan karena sudah ada protokol kesehatannya sehingga ada celah untuk kita masuk lagi. Kalau dari segi persaingan konten dan tampilan dikoran pasti ada. Hanya saja untuk saat ini masyarakat di Rejang Lebong dan sekitarnya lebih banyak yang memilih bacaan di Curup Ekspres, karena memang Koran daerah dan tentu orang lebih percaya dengan Curup Ekspres,

---

<sup>74</sup>Habibi Ifriansyah, *Wawancara* tanggal 3 Juni 2021

<sup>75</sup>Abdul Gafur, *Wawancara* tanggal 12 Juli 2021

tetapi jika di kawasan lingkup provinsi Bengkulu maka mungkin orang akan lebih memilih media lain”.<sup>76</sup>

#### **D. Pembahasan Penelitian**

Pada pembahasan sebelumnya, peneliti telah menyajikan hasil penelitian berupa penyajian hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital, Faktor pendukung dalam melakukan Upaya Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Harian Curup Ekspres di Era Digital dan Faktor penghambat dalam melakukan Upaya Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Harian Curup Ekspres di Era Digital. Selanjutnya, peneliti akan membahas hasil penelitian tersebut, yang akan dipilih sesuai dengan batasan masalah penelitian.

##### **1. Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital**

Menurut Wahyu Baskoro Upaya adalah usaha atau syarat untuk menyampaikan sesuatu atau maksud (akal, ikhtiar) Sedangkan Menurut Torsina Upaya adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Sriyanto upaya adalah usaha untuk mencapai sesuatu.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diperjelas bahwa upaya adalah bagian dari peranan yang harus dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini di tekankan pada bagaimana usaha Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

---

<sup>76</sup>Habibi Ifriansyah , *Wawancara* tanggal 3 Juni 2021

Berdasarkan temuan peneliti sebelumnya tentang Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital terdapat beberapa cara yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Pengembangan perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres ke Curup Ekspres Online (Konvergensi Media)

Marshall dan Burnett menjelaskan konvergensi sebagai campuran media, teknologi dan komunikasi serta industri komputer atau dapat dikatakan pula sebagai proses mengaburkan batas-batas antara platform media yang berbeda dan kemudian menyatukan mereka dalam satu sistem digital. Sehingga salah satu cara memahami konvergensi media adalah dengan memahami interaksi antara bentuk-bentuk media lama dan media baru.<sup>77</sup>

Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai aliran konten yang berada di platform beberapa media. Menurut Jenkins, konvergensi media adalah proses berkelanjutan yang tidak boleh dilihat sebagai perpindahan dari media lama ke media baru, melainkan sebagai interaksi antara bentuk media dan platform yang berbeda. Berbagai bentuk media membuat suatu proses menjadi semakin fleksibel.

Perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres kini telah berkembang sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin pesat. Jika

---

<sup>77</sup>Iud Dwi Mursitora dan finita Aditia, "JOISCOM (Journal Of Islamic Communication)", *Konvergensi Harian Bengkulu Ekspres Di Era Digital* 2, no. 1 (2021):5

selama ini berita di Koran dicetak, kemudian di sebarakan langsung secara offline saja. Namun sekarang berita yang ada di Koran Curup Ekspres juga bisa diakses di online ([www.curupekspress.com](http://www.curupekspress.com)). Walaupun Curup Ekspres Online merupakan perusahaan baru berdiri di akhir tahun 2020 dan saat ini tidak bisa di pungkiri bahwa kehadirannya mewarnai media online di Rejang Lebong. Jadi SKH Curup Ekspres pun melakukan pengembangan dan inovasi baru dengan konvergensi media.

Media cetak dan media online memang hal yang berbeda, tapi konvergensi yang menyatukannya. Pada awalnya memang keberadaan media cetak seolah terancam dengan kehadiran media online. Tetapi dengan adanya konvergensi antara media cetak dan daring saling mendukung, saling melengkapi bukan saling mengalahkan. Dengan menerapkan konvergensi surat kabar harian Curup Ekspres, antara surat kabar dan media onlinenya. Diharapkan mampu mempertahankan eksistensinya antara surat kabar harian Curup Ekspres dengan cara membuat informasi yang di sampaikan melalui media cetak dan online memiliki nilai kredibel di masyarakat. Kemampuan media online Curup Ekspres mendistribusikan berita lebih cepat, interaktif dan saat itu juga dianggap sebagai sebuah kondisi yang tepat untuk memperluas jaringan pembaca dan yang cukup penting menumbuhkan loyalitas.

Sinergitas antara media Surat Kabar (koran) dan online yang bergabung dan membentuk konvergensi media. Konvergensi media tidak

bisa di pungkiri dapat menimbulkan kompetensi yang mampu merebut lingkungan pasar melalui iklan atau pembaca. Sumber penunjang media yakni adanya pemasukan iklan, omzet, sirkulasi, content atau isi, dan audience atau khalayak sasaran atau pembaca untuk media surat kabar Harian Curup Ekspres. Kehadiran media online Curup Ekspres sebagai bagian dari koran Curup Ekspres agar dapat memperluas jaringan pembaca melalui distribusi berita yang lebih beragam.

Konvergensi yang memiliki kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas interaktif media online sehingga dapat mengatasi penurunan penerbitan koran Curup Ekspres. Perkembangan teknologi informasi memang membuat konvergensi media tak dapat dihindarkan, dalam jangka panjang informasi memang lebih mengarahkan ke multimedia, bukan hanya melalui satu media.

Berdasarkan analisis terhadap data penelitian, ditemukan bahwa Curup Ekspres menerapkan empat tipe konvergensi seperti yang dijelaskan Eugenia Siopera dan Andreas Veglis, yakni konvergensi teknologi, konvergensi bisnis, konvergensi profesional dan konvergensi isi. Adapun keempat konvergensi yang diterapkan oleh Curup Ekspres adalah sebagai berikut:

1. Konvergensi teknologi (multiplatform)

Pemanfaatan berbagai macam platform atau perangkat digital untuk mereproduksi hampir semua jenis materi sehingga menuntut

pekerja media untuk membuat dan menerbitkan materi dalam format yang berbeda. Dalam hal ini Surat Kabar Harian Curup Ekspres tampil dalam bentuk cetaknya yaitu berupa koran dan juga tampil dalam bentuk platform digitalnya seperti situs website, facebook, instagram, dan youtube. Surat Kabar Harian Curup Ekspres menerapkan konvergensi teknologi dengan memanfaatkan berbagai jenis platform digital tersebut sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan eksistensinya di era digital seperti saat ini.

## 2. Konvergensi bisnis

Artinya bisnis yang sebelumnya dimiliki hanya satu surat kabar berubah menjadi operasi multiplatform. Konvergensi di tingkat bisnis mengarah pada bentuk baru organisasi logistik yang dirancang untuk meningkatkan produktivitas. Media mengatur ulang tim editorial mereka untuk menghasilkan sarana produksi berita yang fleksibel dan beragam yang dapat merespon persyaratan platform digital baru.

Dengan melihat potensi pembaca yang sekarang bergeser dari membaca media konvensional ke media online dengan alasan keefektifan, pengiklanpun akhirnya mulai menjadikan media online untuk mengiklankan barang dan jasa. Hal inilah salah satu yang menjadi alasan pengelolaan media online mulai dilirik. Dengan mengaplikasikan konsep digitalisasi, media online akan sangat membantu kesehatan dalam bidang bisnis sebuah media, khususnya media lokal untuk tetap

menjaring pembaca kontemporer. Dalam persaingan industri media, perusahaan harus melihat kembali dimana pangsa pasar yang akan diambil.

Jika pangsa pasar yang diambil adalah masyarakat dengan umur 17-35 tahun, maka produk berita yang dihasilkan dan akan disajikan kepada masyarakat dengan umur 17-35 tahun harus melalui online. Karena generasi tersebut sudah mahir menggunakan teknologi dan menganggap kuno hal-hal yang bersifat hardcopy (cetak). Sedangkan pembaca pada rentang usia 36-50 tahun, kebanyakan dari mereka belum mahir menggunakan media online dan lebih nyaman dan lebih mudah membaca berita di koran cetak. Oleh karena itu keduanya, baik cetak maupun online harus tetap sama-sama ada untuk menjaga eksistensi media lokal di semua kelas sosial yang ada di daerah.

Dengan memproduksi berita versi online dari Surat Kabar Harian Curup Ekspres, pasar pembaca bukan hanya di wilayah Kabupaten Rejang Lebong saja, namun siapapun yang terhubung dengan Internet akan bisa mengakses berita yang di produksi oleh Curup Ekspres dan rekan bisnis. Mitra untuk memasarkan barang dan jasa akan datang tidak hanya dari wilayah Rejang Lebong saja, tapi darimana saja, sehingga pemasaran pun akan lebih luas. Hal ini akan semakin membantu media lokal di Indonesia akan tetap eksis karena potensi

perekonomian dan bisnis yang semakin luas, tidak hanya fokus menyasar satu daerah saja (Sutrisno, 2011).

### 3. Konvergensi professional

Yakni wartawan dituntut beradaptasi dengan habitat teknologi yang berkembang, yang membutuhkan keterampilan profesional baru dan sarana organisasi yang juga diperbaharui. Berdasarkan data penelitian, ditemukan bahwa Surat Kabar Harian Curup Ekspres juga melakukan upaya konvergensi tipe ketiga, yakni konvergensi profesional, yang dalam penelitian ini melihat proses jurnalis Curup Ekspres beradaptasi dengan teknologi yang berkembang, sehingga membutuhkan keterampilan profesional baru dan sarana organisasi yang juga diperbaharui. Dalam proses produksi berita yang akan ditampilkan dalam situs online Curup Ekspres, jurnalis tidak hanya dituntut untuk bisa membuat berita dalam bentuk tulisan tetapi juga video.

Selain itu, berbeda dengan berita di media cetak, tulisan wartawan untuk online lebih dipersingkat. Hal ini dilakukan karena karakteristik pembaca di media online adalah pembaca yang ‘cepat bosan’ membaca berita yang terlalu panjang. Pembaca di media online hanya menginginkan inti dari sebuah berita, atau hanya sekedar baca sekilas. Pengelolaan media online, akan berbeda dengan media cetak, sehingga media yang pada awalnya memiliki background media cetak tidak hanya sekedar mengunggah pemberitaan yang ada di media cetak

ke versi online, namun dibutuhkan pengeditan dan trik khusus dalam pengelolaan media versi online. Seperti apabila di media online tidak di tulis secara lengkap cukup menggunakan 5W saja. Sedangkan dikoran harus detail menggunakan 5W+1H. Kemudian pada media cetak, sebuah berita mampu mengisi lima hingga delapan alinea, sedangkan versi online hanya memerlukan beberapa alinea saja, namun diperlukan foto dan video penunjang agar berita yang dihasilkan lebih faktual dan menarik minat khalayak. Salah satu tujuan dioperasikannya Curup Ekspres online adalah untuk mem-viralkan sebuah berita berdasar pada fakta dan kenyataan dilapangan, sehingga bisa dibicarakan di media sosial dan kemudian membawa perubahan. Hal ini dipilih karena banyak berita yang diproduksi di Internet hanya mengikuti apa yang viral di sosial media, dan tidak jarang menyalahi kode etik, sehingga harus dipilih baik berita maupun foto yang akan ditampilkan di media online.

#### 4. Konvergensi isi (multimedia)

Artinya bahwa teks yang dihasilkan oleh wartawan harus sesuai dengan platform yang digunakan, sebab isi sebuah jaringan menggabungkan kode komunikasi yang berbeda. Dari penelitian diperoleh bahwa bahwa Harian Curup Ekspres memegang teguh bahwa berita yang diproduksi oleh wartawannya harus sinkron dengan platform yang digunakan, jangan sampai melenceng pada platform lain.

Masyarakat Indonesia dewasa ini semakin aktif menggunakan media sosial dan internet untuk sekedar memperoleh hiburan maupun untuk memperoleh informasi. Tren yang berlaku saat ini memang merupakan trend pemberitaan dengan tulisan dan foto saja, namun pihak Harian Curup Ekspres optimis akan penggunaan video juga.

b. Upaya Promosi

Promosi adalah suatu upaya ataupun usaha untuk meningkatkan atau memajukan suatu bidang usaha. Promosi berasal dari promote dalam bahasa Inggris yang dapat diartikan dengan meningkatkan atau mengembangkan. Jika pengertian tersebut dihubungkan dengan suatu usaha berarti sebagai alat untuk meningkatkan jumlah.

Promosi merupakan kegiatan terpenting dan memiliki peran dalam memperkenalkan memberitahukan atau juga mengingatkan akan manfaat atau kelebihan sesuatu yang promosikan kepada konsumen agar tertarik untuk mengikuti apa yang di tawarkan tersebut. Untuk melaksanakan kegiatan promosi setiap lembaga harus bisa menentukan pilihan dengan tepat alat promosi apakah yang tepat digunakan sehingga bisa mencapai suatu tujuan promosi tersebut.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup>reddy Rangkuti, *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*, (Jakarta: anggota IKAPI, 2009), hal. 49

Terdapat beberapa cara dan alat yang digunakan Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam upaya mempromosikan surat kabarnya yaitu sebagai berikut:

1. Melalui Media Sosial (Medsos)

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Menurut Mark Hopkins Sosial Media atau Media sosial merupakan istilah yang tidak hanya mencakup platform media baru saja akan tetapi memasukan sistem seperti facebook, twitter, instagram dan lain sebagainya.

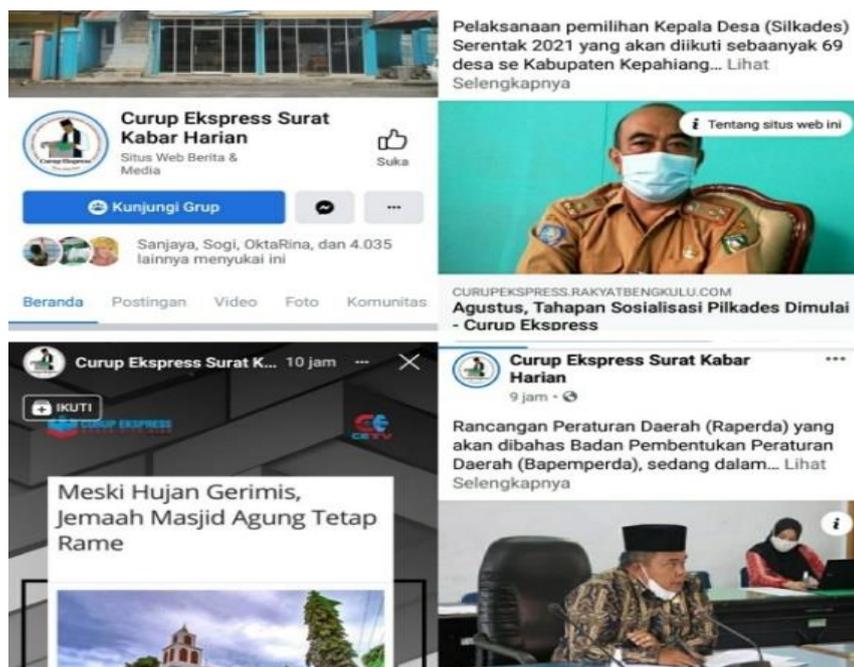
Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk ataupun iklan yang digunakan oleh pelaku usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunanya. Dewasa ini sudah mulai banyak bermunculan akun di media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk perusahaan secara lebih luas.

Surat Kabar Harian Curup Ekspres juga termasuk salah satu perusahaan media yang menerapkan hal ini. Media sosial dijadikan

sebagai sarana untuk membantu promosi koran agar koran tetap eksis meskipun di Era Digital seperti saat ini.

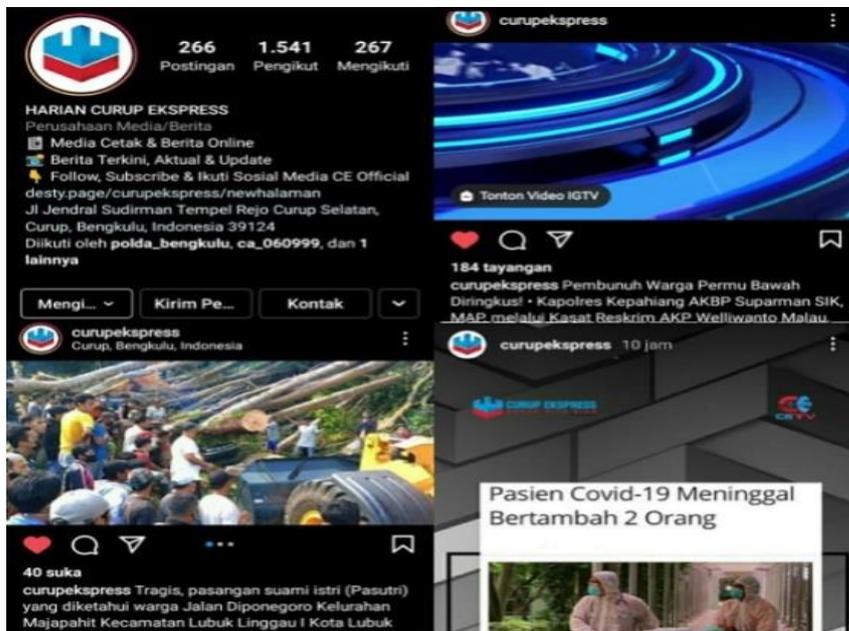
Untuk media Sosial Surat Kabar Harian Curup Ekspres ada Situs website dengan nama [www.curupekspress.com](http://www.curupekspress.com), akun Facebook dengan nama @Curup Ekspres Surat Kabar Harian, akun Instagram dengan nama @Harian Curup Ekspres, dan channel Youtube dengan nama Curup Ekspres TV.

#### Gambar 4.2 Media Sosial Facebook Curup Ekspres



Sumber: Facebook Curup Ekspres

Gambar 4.3 Akun Instagram Curup Ekspres



Sumber: Instagram Curup Ekspres

Gambar 4.4 Akun Youtube Curup Ekspres



Sumber: Instagram Curup Ekspres

Adapun upaya promosi yang dilakukan melalui media sosial ini yaitu sebagai berikut:

1) Sekilas Berita

Cara ini merupakan upaya yang dilakukan Curup Ekspres agar membuat pembaca penasaran dan ingin melanjutkan membaca di Koran. Sehingga lebih besar kemungkinan pembaca untuk membeli Koran. Membuat sebagian berita atau hanya sepenggalnya secara tidak detail saja ini dilakukan dan disebar melalui situs website maupun media sosial lain seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp.

2) Baca Curup Ekspres Hari Ini

Baca Curup Ekspres hari ini yaitu berupa design poster seluruh halaman Koran dengan ukuran kecil. Disini memuat beberapa halaman, didesign dan diedit dengan ciri khas tersendiri yang disebar melalui media sosial dengan tujuan untuk mempromosikan koran apa yang akan terbit dan menginformasikan kepada khalayak tentang gambaran berita apa yang akan terbit di Koran hari ini atau ke esokan harinya.

Poster ini disebarikan juga melalui media sosial Curup Ekspres Online seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dan bisa juga melalui akun pribadi karyawan ataupun akun pribadi milik masyarakat agar lebih banyak yang menyebarkan akan membuat semakin besar kemungkinan pembaca akan membeli Koran.

**Gambar 4.5**

**Poster Baca Curup Ekspres Hari Ini**



Sumber: Arsip Curup Ekspres

3) Menyebarkan Link Berita Online

Menyebarkan link situs website [www.curupekspress.com](http://www.curupekspress.com) ini dilakukan agar memudahkan pembaca memilih konten berita yang

ingin dibaca. Menyebarkan link berita ini dilakukan di media sosial Curup Ekspres seperti Facebook, Instagram dan Youtube.

Berita yang ada di Facebook lebih mengarah ke beritanya langsung dengan mencantumkan link website. Jika di Instagram lebih ke mengupload gambar berita di feed Instagram dan membuat caption sesuai gambar berita dan juga di story Instagram. Kalau di Whatsapp menyebarkan link Website dengan menambahkan judul berita. Sedangkan di Youtube berita yang ada di koran yang disajikan dalam bentuk video.

#### 4) Sajian Berita Online dan Offline

Berita yang disajikan Surat Kabar Curup Ekspres mencakup online dan offline. Disini tim redaksi menyajikan berita di Koran yang bisa dikatakan offline karena karakteristiknya yang mencakup komunikasi satu arah. Kemudian dengan adanya persaingan di era digital, inovasi pun dilakukan tim redaksi dengan sajian berita secara online.

Tampilan online ini dilakukan selain melalui website [www.curupekspress.com](http://www.curupekspress.com) juga melalui channel youtube Curup Ekspres TV dan Instagram. Pembaca atau pelanggan Curup Ekspres bisa berinteraksi secara online langsung apabila tim redaksi tengah melakukan dialog interaktif ataupun liputan secara langsung di channel youtube atau instagram.

Intinya pembaca bisa memilih sajian offline ataupun online sesuai dengan kebutuhan masing-masing, misal untuk kalangan anak-anak muda lebih suka membaca berita dari situs Website, facebook, instagram dan media sosial lainnya. Sedangkan kalangan orang yang lebih tua biasanya lebih suka membaca Koran jadi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Gambar 4.6 Berita Koran Curup Ekspres



Sumber: Dokumen Surat Kabar Harian Curup Ekspres

Gambar 4.7 Berita Online Curup Ekspres



Sumber: website [www.curupekspres.com](http://www.curupekspres.com)

## 2. Roadshow Kesekolah

Promosi tidak hanya dilakukan Surat Kabar Harian Curup Ekspres melalui media cetak dan media online semata. Namun lebih diperlukan promosi yang sifatnya langsung dan menyentuh kepada pembaca. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres adalah kegiatan Roadshow ke sekolah-sekolah.

Kegiatan roadshow ke sekolah ini dilakukan oleh bagian Event Organizer (EO) yang bekerja sama ke sekolah-sekolah, kemudian menggandeng beberapa sponsor untuk datang ke sekolah. Salah satu roadshow yang telah dilakukan yaitu gerakan membaca koran di sekolah

karena di zaman seperti sekarang ini banyak anak-anak banyak yang sulit dan tidak mau membaca koran.

Salah satu tujuan dari roadshow tersebut adalah supaya siswa-siswi tersebut tergerak untuk mau lagi untuk membaca, salah satunya membaca koran sehingga mengurangi potensi kecanduan main game dan hal-hal negatif lainnya. Selain membantu mengedukasi anak-anak untuk membaca koran dan mendapat informasi secara tidak langsung juga membantu guru.

Sedangkan, keuntungan yang didapat Surat Kabar Harian Curup Ekspres selain promosi dan memperkenalkan koran pihak sekolah pun biasanya melakukan pembelian koran.

**Gambar 4.8 Poster Roadshow Kesekolah**



Sumber: Dokumen Curup Ekspres

### 3. Kegiatan Kemasyarakatan dan Lomba

Kegiatan-kegiatan seperti jalan sehat dan lomba-lomba di event-event tertentu juga merupakan salah satu upaya promosi dari Surat Kabar Harian Curup Ekspres, dengan adanya kegiatan jalan sehat dan lomba-lomba yang dilakukan setiap ada event-event tertentu seperti Hari Ulang Tahun Kota Curup, Hari Ulang Tahun Curup Ekspres, 17 Agustus an dan event lainnya. Sehingga masyarakat jadi tahu bahwa yang mengadakannya merupakan media massa Koran Curup Ekspres.

Dengan kegiatan tersebut secara tidak langsung mendorong Eksistensi dari Curup Ekspres itu sendiri dimana Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Eksistensi mempunyai arti hal berada, keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan dan hal tersebutlah yang diupayakan oleh Curup Ekspres.

Kemudian Curup Ekspres juga mengadakan kegiatan lomba gapple, jadi peserta itu bukan lomba gapple nya yang diangkat, tetapi ketika orang datang ke kantor Curup Ekspres dikasih atau membeli Koran, kemudian barulah main gapple. Curup Ekspres juga pernah

mengadakan lomba menulis atau lomba buat madding di sekolah, nanti madingnya dipasang di koran sesuai ide kreatif dari sekolah tersebut.

## 2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Harian di Era Digital

### a. Faktor Pendukung

Dalam melakukan upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar Harian Curup Ekspres di Era Digital tentunya terdapat beberapa faktor pendukung yang mempermudah dalam melakukan upaya tersebut. Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Abdul Gafur yang mengatakan ada beberapa pihak yang mendukung upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar Harian ini yaitu yang pertama adalah pihak dari dalam (internal) perusahaan Curup Ekspres ini sendiri dan ada faktor pendukung dari luar (eksternal).

Pertama, dari internal perusahaan itu sendiri yakni berupa masing-masing tim yang solid dan bekerjasama dengan baik dan saling mendukung satu sama lain, karena di media semua masing-masing orang harus mampu bekerja dalam tim dan masing-masing tim harus bisa bekerja sama dengan baik karena yang satu dengan yang lainnya saling berkesinambungan dan selalu ada kolaborasi. Seperti dari tim redaksi, divisi sirkulasi, divisi iklan, EO dan banyak lagi bagian yang ada diperusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres.

Kemudian diadakannya rapat. Rapat disini berupa rapat harian setiap pagi mengenai perencanaan pelaksanaan kerja tim setiap harinya seperti rapat tim redaksi yang membahas penepatan tujuan liputan berita apa saja yang akan diambil, kemudian ada juga dari divisi periklanan yang rapat membahas mengenai pencarian iklan, dan ada juga divisi sirkulasi yang membahas tentang pemasaran Koran. Selanjutnya diadakan juga agenda rapat bulanan yang diadakan sebulan sekali yang bertujuan untuk evaluasi hasil kerja selama sebulan, kemudian juga ada rapat evaluasi tahunan yang diadakan setahun sekali untuk mengevaluasi hasil kerja selama setahun belakangan dan berkaca dari tahun-tahun sebelumnya.

#### **Gambar 4.9 Rapat Redaksi**



Sumber: Sari Aprianti (Karyawati CE)

Kedua, faktor pendukung dari luar (eksternal) perusahaan yakni dari kalangan pemberi iklan atau sponspor yang memasukkan iklan pada Koran Curup Ekspres sehingga dapat mendukung dari segi finansial berupa

tambahan penghasilan diluar dari penjualan Koran itu sendiri. Kemudian juga dari kalangan lembaga, sekolah, organisasi maupun masyarakat perorangan yang berlangganan membeli Koran dari Curup Ekspres.

Hal ini juga merupakan dukungan terbesar yang di peroleh Curup Ekspres selain mendapatkan dukungan finansial juga mendapatkan dukungan moril dari berbagai pihak sehingga upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar Curup ekspres juga Perusahaan media Curup Ekspres dapat berjalan dengan baik.

Gambar 4.10 Publikasi Iklan



Sumber: Dokumen Arsip Curup Ekspres

Faktor pendukung eksternal (luar) juga yaitu berupa kerjasama dan hubungan yang baik antara surat kabar harian curup ekspres dengan instansi pemerintahan dan memperbanyak relasi bisnis sehingga menjadi faktor

pendukung dibidang pendanaan surat kabar harian curup ekspres. Dengan adanya produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan surat kabar harian curup ekspres kepada sasaran customer, adanya harga jumlah uang yang harus dibayar customer untuk mendapatkan produk dan adanya tempat meliputi posisi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi customer.

b. Faktor Penghambat

Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam upaya mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Harian Diera Digital. Selain faktor pendukung yang mempermudah dalam upaya mempertahankan eksistensi Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Perusahaan Surat Kabar Curup Ekspres tentu saja mengalami beberapa kendala dan kesulitan. Setiap Usaha yang dilakukan tentu saja ada hambatan seperti yang dialami oleh Perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres yakni juga terbagi menjadi dua yakni faktor penghambat dari internal dan eksternal.

Pertama, faktor penghambat dari dalam (internal) perusahaan yakni dari sumber daya manusia itu sendiri seperti wartawan yang harus sesuai kriteria masih sulit di cari karena harus lulus training sehingga apabila tidak lulus maka pihak Surat Kabar Harian Curup Ekspres harus mencari pengganti yang baru.

Kemudian dari masing-masing bidang yang berefek kepada perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres. Masing-masing bidang itu terbagi menjadi tiga yaitu: yang pertama, dari tim redaksi yang kadang masih

terhambat karena kurangnya sumber daya manusia yaitu wartawan yang masih sedikit. Yang kedua, divisi Sirkulasi yang terhambat dari segi pemasaran koran seperti kesulitan dalam mencari langganan atau pembeli koran. Yang Ketiga, divisi iklan yang terhambat karena kadang masih banyak keterlambatan pembayaran dari pihak pemasang iklan dan sponsor. Pekerjaan juga jadi terhambat apabila karyawan ada yang sakit atau berhalangan hadir dan izin tidak kerja.

Faktor penghambat internal juga terjadi karena sarana yang masih terkendala seperti komputer yang masih menggunakan versi lama yang perlu diupgrade ke versi terbaru agar tidak terhambat pekerjaan.

Kedua, faktor penghambat dari luar (eksternal) perusahaan, faktor penghambat dari luar untuk saat ini adalah covid 19. Seperti yang kita ketahui bahwa wabah covid 19 ini telah berpengaruh dan berdampak besar terhadap penurunan pada berbagai bidang, seperti bidang ekonomi, pariwisata, transportasi, media massa dan lain-lain. Salah satu media masa yang terdampak adalah media cetak. Media cetak merupakan segala sesuatu barang cetak yang difungsikan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan seperti yang macam-macam media cetak pada umumnya.

Kegiatan roadshow ke sekolah pun terhenti untuk sementara waktu karena kesulitan dalam mengumpulkan masa atau orang banyak. Untuk kegiatan jalan sehat pun belum bisa diadakan kembali karena terhambat dengan adanya covid 19 ini. Tingkat penjualan Koran Curup Ekspres pun

menurun sejak adanya pandemik virus corona yang melanda sejak tahun 2019 dan awal 2020 lalu mulai masuk ke Indonesia. Namun, hal ini tidak menurun secara signifikan dan masih terbilang stabil karena dapat diimbangi dengan upaya dan faktor pendukung lainnya.

Faktor penghambat lainnya tentu saja dari persaingan yang semakin hari semakin ketat. Semua pelaku usaha pasti memiliki saingan dalam bidang usaha yang ditekuninya tidak terkecuali perusahaan media cetak Curup Ekspres ini. Saingan pasti ada tapi mungkin dari segi konten yang berbeda yang dimiliki oleh masing-masing media menjadi pembeda dan suatu ciri khas tersendiri. Untuk kawasan Rejang Lebong dan sekitarnya sendiri banyak yang memilih akses Curup Ekspres karena dari segi nama perusahaannya sudah Curup, tentu orang lebih percaya dengan Curup Ekspres, tetapi jika di kawasan lingkup provinsi Bengkulu maka mungkin orang akan lebih memilih media yang lain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan Eksistensi di era digital dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Surat Kabar Harian Curup Ekspres telah melakukan upaya pengembangan perusahaan sesuai tuntutan zaman. Surat Kabar Harian Curup Ekspres telah melakukan pembenahan terutama dalam menampilkan isi maupun berita serta wajah Koran, menyajikan berbagai macam rubrik yang di sukai pembaca dengan tatanan warna dan tampilan design yang menarik. Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi telah melakukan upaya konvergensi media meliputi konvergensi teknologi, konvergensi bisnis, konvergensi professional dan konvergensi isi (multimedia).
2. Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam mempertahankan eksistensi di era digitalnya juga telah melakukan upaya promosi seperti promosi melalui media sosial, Roadshow kesekolah serta promosi melalui kegiatan kemasyarakatan dan lomba dievent-event tertentu.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas. Maka penulis ingin memberikan saran kepada Surat Kabar Harian Curup Ekspres, semoga dapat berguna untuk kemajuan Surat Kabar Harian Currup Ekspres ke depannya. Adapun saran-saran tersebut diantaranya:

1. Tetap menjaga eksistensi perusahaan media cetak itu sendiri pada sebuah isi kualitas berita dan konsep yang lebih menarik. Agar para pembaca tak mudah merasa bosan dengan setiap hal yang disajikan.
2. Meningkatkan kinerja masing-masing tim yang tergabung dalam perusahaan Surat Kabar Harian Curup Ekspres untuk menyesuaikan sesuai perkembangan teknologi yang ada di era digital. Perusahaan media cetak sendiri dapat mempromosikan produknya melalui situs online yang ada dan berbagai cara lainnya .
3. Surat Kabar Harian Curup Ekspres hendaknya senantiasa tetap melakukan upaya konvergensi media dan lebih gencar lagi dalam upaya promosi agar tetap dapat mempertahankan eksistensi.
4. Para staf dan karyawan Surat Kabar Harian Curup Ekspres diharapkan akan tetap solid dan berusaha meningkatkan brand perusahaan tersebut melalui berbagai cara seperti distribusi, iklan, agar perusahaan semakin maju dan tak mengalami kemerosotan di kemudian hari.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, Makasar: Alauddin University, 2013.
- Amirul, *Hadi et al, Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung : Pustaka Setia, 1998.
- Arikunto Suharsemi, *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2001.
- Consoelo, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta: UI, 1993.
- Dapartemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Effendi, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktek*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Husen Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.
- Hasan, *Alwi et al, Tata Bahasa Buku Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa dan Balai Pustaka, 2010.

Ido Prijana. *Hadi et al, Komunikasi Massa*, Pasuruan, Jawa Timur: Qiara Media, 2021), hal. 9.

Indrawan WS, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jombang: Lintas Media  
Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo Anggota  
IKAPI, 2016.

Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial, cet VII*, Bandung:  
Mandar, 1996.

Lexi J. Moleong, *metodologi penelitian kualitatif*, Bandung: remaja  
rosdakarya, 2014.

Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT RajaGrafindo  
Persada, 2014.

Onong Uchjana Effendy, *Leksikon Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju,  
1989.

Reddy Rangkuti, *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus  
integrated marketing communication*, Jakarta: anggota IKAPI,  
2009.

Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor  
Indonesia, 2005.

Suf Kasman, *Pers Dan Pencitraan Umat Islam Di Indonesia*, Jakarta:  
Kementrian Agama, RI 2010.

Sumdiria, AS. Haris, *Jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature.*

*Panduan Praktis*

*Jurnal Profesional*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2008.

Sugiyono, *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R*

*Dan D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo, 2000.

Widya Fitriantiwi, Lydea Ria, Indriani, *Esai Penerapan Ejaan Bahasa*

*Indonesia*, Indonesia: Guepedia, 2020.

Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada,

2007.

## **B. JURNAL DAN SKRIPSI**

Iud Dwi Mursitora dan finita Aditia, "JOISCOM (Journal Of Islamic Communication)", *Konvergensi Harian Bengkulu Ekspres Di Era Digital* 2, no. 1 (2021):5

Hutauruk, Gracia Annalina, and Nur Atnan. "Manajemen Redaksional Surat Kabar di Era Digital." *DIALEKTIKA* 5.1 (2018).

Irma Yulaini, *Manajemen Pers Surat Kabar Harian Curup Ekspres.*

Skripsi (Curup: Fak. UAD IAIN Curup, 2019), Hal.35

Julio Bansaleng. "Analisis Eksistensi Koran Indopost Manado Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Jurnalistik di Sulawesi

*Utara.Jurnal*", Volume 7 No.4 2018

Kuswanto, *EKSISTENSI SURAT KABAR DI ERA MEDIA ONLINE (Studi Surat Kabar Metro Jambi)*. Skripsi (Jambi: Fak. Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin, 2020):50

Nurkinan, *Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional*, Jurnal Politikom Indonesiana 2 NO. 2 (2017):31

### C. INTERNET

Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan) 2012-*  
2021.<https://kbbi.web.id/eksistensi>. (Diakses:25/12/20)

<https://pakarkomunikasi.com/manfaat-media-komunikasi-cetak> diakses pada tanggal 29 Maret 2021

<http://www.kumpulanpengertian.com/2019/12/pengertian-objek-dan-metode-peneliti.html> diakses pada tanggal 29 April 2021 pukul 20.00 WIB

<https://raharja.ac.id/2020/05/14/digital/> diakses pada tanggal 15 April 2021

<http://eprints.upnjatim.ac.id/4655/2/file2.pdf> diakses pada tanggal 29 Maret 2021

<https://divedigital.id/apa-itu-era-digital/> diakses pada tanggal 1 April 2021

<http://www.kumpulanpengertian.com/2019/12/pengertian-objek-dan-metode-peneliti.html> diakses pada tanggal 29 April 2021 pukul 20.00 WIB

[prints.uny.ac.id](https://prints.uny.ac.id) diakses pada 3 Agustus 2021 pukul 20.00 WIB

Repository.unpas.ac.id diakses pada 3 Agustus 2021 pukul 20.15 WIB

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## LAMPIRAN FOTO WAWANCARA

Wawancara dengan bapak Abdul Gafur, S.H selaku General Manager dan Pimpinan Redaksi Surat Kabar Harian Curup Ekspres



Wawancara dengan Habibi Ifriansyah, S.Pd selaku Redaktur Surat Kabar Harian Curup Ekspres



Wawancara dengan Anta Sa'adi, S.Pd selaku Design Grafis Surat Kabar Harian Curup Ekspres



Wawancara dengan Sari Apriyanti, S. Sos selaku Operator Online Curup Ekspres



Wawancara dengan Nining, S. E selaku Sirkulasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres



Wawancara dengan Elvita Aryanti, M. S. Pd. i selaku Administrasi Surat Kabar Harian Curup Ekspres

