

## **DAYA TAHAN BISNIS MEDIA CETAK DITENGAH MARAKNYA PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DI KOTA MAKASSAR (SKH FAJAR DAN SKH TRIBUN TIMUR )**

**Nur Hasni<sup>1</sup>, Hafied Cangara<sup>2</sup>, Jeanny Maria Fatimah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Imigrasi Kelas II TPI, Kab. Parepare Provinsi Sulawesi Selatan

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Hasanuddin Makassar

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar

Email: hasnyholic@gmail.com

### **ABSTRAK**

Semakin berkembangnya teknologi membuat persaingan industri media cetak semakin ketat. Surat kabar tak lagi hanya berkompetisi dengan sesama media cetak, radio, televisi saja namun kehadiran media *online* juga menjadi saingan bisnis untuk mendapatkan iklan serta menarik perhatian pembaca. Tidak mudah bagi bisnis media cetak seperti surat kabar untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan kehadiran media *online*. Penelitian ini adalah metode campuran (mixed methods). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk menganalisa daya tahan bisnis Surat Kabar Harian Fajar dan Surat Kabar Harian Tribun Timur ditengah maraknya penggunaan media *online* di kota Makassar, sementara untuk menjawab rumusan masalah kedua tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh kedua media tersebut agar tetap bertahan di industri bisnis media cetak dilakukan dengan analisa SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan terjadinya peningkatan pertumbuhan pembaca pada media *online*, akan tetapi dari segi pertumbuhan iklan media cetak masih bertumbuh jauh dibawah media *online*. Kehadiran Fajar.com dan TribunNews.com dari segi pembaca memang mengalami peningkatan, akan tetapi pemasukan iklannya tidak sampai 5 % dari omset koran. Sampai saat ini, di kota Makassar pengiklan masih memilih SKH Fajar dan SKH Tribun timur untuk dijadikan media beriklan. Pada posisi seperti ini diperlukan strategi pengembangan produk yang tepat untuk meningkatkan pembaca dan pengiklan. Penentuan strategi alternatif yang dilakukan SKH Tribun Timur dan SKH Fajar diperoleh dari analisa SWOT.

**Kata Kunci :** Strategi media, eksistensi media cetak, media *online*

## ***MEDIA OF IMPRESION OF BUSINESS RESISTANCE IN THE MIDDLE OF THE USE OF THE MEDIA IN LINE OF THE CITY OF MAKASSAR (FAJAR AND SKH SKH TRIBUN TIMUR)***

### **ABSTRACT**

*The growing technology in development has made competition in the print media industry even more stringent. Newspapers no longer compete only with other print media, radio, television, but the presence of online media is also a business rival to get ads and attract the attention of readers. It is not easy for print media companies, such as newspapers, to stay afloat in the midst of increasingly fierce competition with the presence of online media ... This research is a mixed method. The approach used is qualitative to analyze the durability of Fajar Daily Newspaper Business and Tribun Timur Daily Newspaper amid the widespread use of online media in the city of Makassar, while responding to the second problem of how the two strategies means to survive in the business industry. The printed media are made with a SWOT analysis. The results of the research indicate an increase in the growth of readers in online media, but in terms of growth in print media, advertising continues to grow well below the online media. The presence of Fajar.com and TribunNews.com in terms of readers has increased, but advertising revenues do not represent 5% of the newspaper's turnover. So far, the advertisers of the city of Makassar still chose Fajar SKH and East Tribune SKH to be used as advertising media. In this position, you need the right product development strategy to improve readers and pengiklan. Determination of alternative strategies carried out by SKH East Tribune and Fajar SKH obtained from the SWOT analysis.*

**Keywords:** media strategy, existence of print media, online media.

**Submitted:** Juli 2018, **Accepted:** Oktober 2018, **Published:** Februari 2019

ISSN: 2656-0690

**Korespondensi:** Nur Hasni, S.I.Kom., M.I.Kom. Imigrasi Kelas II TPI Parepare. Alamat: Jl. Jendral Sudirman Kantor Imigrasi Kelas II TPI Parepare Kode Pos 91122. **No. HP, WhatsApp: 085299387565 Email:** hasnyholic@gmail.com

## PENDAHULUAN

Informasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Untuk memperoleh informasi, banyak media yang bisa digunakan sebagai sumber, salah satunya adalah surat kabar atau koran. Surat kabar merupakan salah satu dari *the big five traditional media* (Straubhaar, 2009:332). Berkembangnya teknologi membuat persaingan industri media massa semakin ketat. Memasuki era digital kemudian membuat manusia mengadopsi gaya hidup baru dan mempengaruhi cara berkomunikasi serta memperoleh informasi. Karakteristik media *online* yang menyajikan dan menyebarkan informasi dengan cepat menjadi tantangan tersendiri bagi kelangsungan bisnis media cetak. Beralihnya pembaca surat kabar ke media *online* menjadi kekhawatiran bagi para pelaku bisnis media cetak.

Beberapa situs berita juga memberitakan sejumlah koran yang tutup karena tekanan media *online* dan persaingan bisnis media cetak yang semakin besar, diantaranya *Harian Sinar Harapan* berhenti terbit per 1 Januari 2016, menyusul edisi cetak *Jakarta Globe*, *Koran Tempo Minggu*, dan *Harian Bola* yang juga berhenti terbit, nasib yang sama menimpa *The New Day*, *Independent*, dan sederet media cetak lainnya.

Harian Jurnal Nasional atau *Jurnas* juga mengalami masalah tragis. Per 1 November 2014 lalu, media ini juga harus tutup usia dan berubah seutuhnya menjadi media *online*. Salah satu negara yang paling menonjol ketimpangan

medianya adalah Amerika. Media cetak di negara ini dengan massifnya dihancurkan oleh media *online*, bahkan *The New York Times* pun harus mengakui kehebatan media *online*. Koran ini pun akhirnya harus ikut tumbuh bersama media *online* dengan menerbitkan berita di saluran *online*. Penerbit media cetak sadar, bahwa media massa konvensional atau media cetak terancam eksistensinya lantaran berbagai informasi yang semula dikuasai oleh media cetak kini dengan mudah dapat diakses masyarakat tanpa terikat ruang dan waktu. Hal yang lebih menarik adalah adanya keunggulan dari segi kecepatan dan informasi variatif yang diramalkan bakal menggantikan media cetak. Sampai saat ini banyak pakar yang melakukan perdebatan tentang keberlangsungan media cetak di tengah maraknya media *online*. Bahkan ada yang yakin media cetak tidak akan bertahan.

Dari Hasil Survei Nielsen di 11 Kota di Indonesia di tahun 2010 pembaca surat kabar masih diangka 7.168.000 dan di tahun 2017 menurun, sementara pembaca media *online* semakin meningkat. (Nielsen, 2017)

Tidak mudah bagi bisnis media cetak seperti surat kabar untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan kehadiran media *online*. Di kota Makassar sendiri, media *online* terus tumbuh dan menjamur meski demikian Surat Kabar Fajar dan Surat Kabar Tribun Timur masih tetap konsisten dengan terbitannya.

## MASALAH DAN TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi industri bisnis SKH Fajar dan SKH Tribun Timur ditengah kehadiran media *online* dan bagaimana strategi SKH Fajar dan SKH Tribun Timur untuk tetap bertahan ditengah maraknya penggunaan media *online* di kota Makassar.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi industri bisnis media cetak SKH Fajar dan SKH Tribun Timur ditengah kehadiran media *online* dan mendeskripsikan strategi yang dilakukan SKH Fajar dan SKH Tribun Timur dalam menghadapi gempuran media *online*.

## BAHAN DAN METODE PENELITIAN

### Rancangan penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode campuran (*mixed methods*). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk menganalisa daya tahan bisnis Surat Kabar Harian Fajar dan Surat Kabar Harian Tribun Timur ditengah maraknya penggunaan media *online* di kota Makassar, sementara untuk mengetahui alternatif strategi yang dilakukan oleh kedua media tersebut agar tetap bertahan di industri bisnis media cetak dalam analisisnya digunakan analisis SWOT.

### Informan

Dalam penelitian ini pemilihan responden adalah pihak pihak yang representatif dalam memberikan informasi terkait penelitian penulis.

### Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan, wawancara

berdasarkan pedoman wawancara terkait kondisi SKH Fajar dan Tribun timur, serta kuisisioner untuk analisis SWOT.

### Analisis data

*B.1.1* Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dikaji dimulai sejak sebelum peneliti memasuki lapangan untuk mengetahui kondisi SKH Fajar dan SKH Tribun timur. Analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi alternatif yang dilakukan SKH Fajar dan SKH Tribun timur untuk tetap bertahan ditengah maraknya penggunaan media online.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Kondisi SKH Fajar

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada SKH Fajar dan SKH Tribun timur menunjukkan terjadinya *perubahan* pola konsumsi media yang membuat angka pertumbuhan pelanggan SKH Fajar stagnan sedangkan dari segi iklan masih mengalami pertumbuhan. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dengan bermunculannya media *online*, tidak membuat pertumbuhan bisnis di media Fajar menurun. SKH Fajar masih memiliki oplah cetak sebanyak 85.000 eksemplar per harinya dengan kualitas cetakan dan kertas yang bagus dan pencapaian iklan masih bertumbuh hingga 30%.

SKH Fajar melakukan sejumlah strategi untuk tetap bertahan di industri media salah satunya adalah dengan mengembangkan bisnis media

*online* agar sejalan dengan media cetak yang dipersiapkan untuk mampu berkompetisi. Namun Fajar *online* omsetnya hanya 0.1 % dibandingkan surat kabar. Media *online* yang didirikan SKH Fajar digunakan sebagai pendukung bisnis media cetak. Dengan menampilkan *headline headline* berita di koran ke dalam Fajar.com membuat surat kabar tetap dicari untuk memperoleh informasi yang lebih dalam dan akurat. Media *online* SKH Fajarpun digunakan sebagai penawaran untuk paket iklan, dimana pengiklan akan memperoleh pemasangan iklan secara gratis di Fajar.com ketika memasang iklan di surat kabar fajar dengan periode tertentu.

SKH Fajar meyakini selama media melakukan inovasi selama itu pula media tidak akan mati, dan hal itu telah dibuktikan oleh SKH Fajar yang telah bertahan selama 36 tahun di bisnis media cetak. Harian fajar terus melakukan inovasi inovasi, dan membuat segmentasi pasar sendiri. SKH Fajar optimis akan tetap bertahan ditengah persaingan bisnis media dan perkembangan zaman yang semakin canggih dengan kehadiran media *online*.

### **Kondisi SKH Tribun Timur**

Dilihat dari segi oplah dan langganan tidak mengalami perubahan, dimana oplah masih stagnan dan langganan juga belum mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Di divisi iklan SKH Tribun timur masih mengalami peningkatan, meskipun ada banyak pesaing di industri media cetak namun SKH Tribun timur tetap optimis bahwa pengiklan akan memilih media yang sudah memiliki kredibilitas.

Tribun timur menyadari industri media saat ini mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Maka dari itu, Tribun melakukan penyesuaian dengan mempersiapkan diri untuk mengarah ke bisnis digital. Tribun timur kedepannya tidak lagi menjadi bisnis media cetak semata tetapi perusahaan *digital publishing*. Kehadiran internet mendorong Tribun timur menerapkan konsep konvergensi media seperti media *online*, *e-paper*, media sosial yang digabungkan dengan media lainnya. Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya.

Tidak seperti di beberapa kota lainnya akses internet menyebar luas sampai di daerah daerah terpencil. Di kota Makassar masih banyak daerah yang akses internetnya sangat sulit sehingga masih membutuhkan media cetak sebagai sumber informasi. Dari segi pemasukan iklan di SKH Tribun timur jauh lebih tinggi dari pada pemasukan iklan di media *online* (Tribunnews.com). Salah satu alasan bagi Tribun timur karena di kota Makassar masyarakat masih menaruh kepercayaan kepada koran dalam pemasangan iklan produk mereka dari pada beriklan di media *online*.

Dari hasil Analisis SWOT yang dilakukan menjaring penilaian *expert* terhadap faktor internal dan eksternal di SKH Fajar dan SKH Tribun Timur, sehingga didapatkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Hasil Analisis SWOT SKH Fajar

Tabel 1. Matriks Interaksi IFAS-EFAS SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang ditawarkan ke pembaca</li> <li>2. Konsep dan kualitas Berita</li> <li>3. Kegiatan promosi</li> <li>4. Area distribusi</li> <li>5. Fasilitas kerja karyawan</li> <li>6. Loyalitas karyawan ke perusahaan</li> <li>7. Mesin produksi</li> <li>8. Brand image</li> <li>9. Implementasi UU Pers</li> <li>10. Kualitas Bahan baku</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Bobot 2.49</b></p>	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitas SDM</li> <li>2. Kualitas SDM</li> <li>3. Ketepatan waktu Pendistribusian koran</li> <li>4. Penetapan Harga</li> <li>5. Pelayanan kepada konsumen</li> <li>6. Pertumbuhan penjualan</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Bobot 1.07</b></p>
<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi</li> <li>2. Kerjasama dengan <i>stake holder</i></li> <li>3. Keberadaan UU pers</li> <li>4. Pertumbuhan ekonomi di kota Makassar</li> <li>5. Perkembangan teknologi</li> <li>6. Akses daerah penyebaran koran</li> <li>7. Kekuatan tawar menawar <i>suppliers</i> dari agen</li> <li>8. Minat baca dikota Makassar</li> <li>9. Pengaruh kekuatan <i>stakeholder</i></li> <li>10. Makin canggihnya mesin produksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara komprehensif, objektik dan proporsional sehingga tetap akurat.</li> <li>2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan kembali menjalin kerjasama dengan <i>stake holder</i> baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event / kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjangkit komunitas atau menggelar kegiatan untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat <i>brand image</i> yang dimiliki SKH Fajar</li> <li>3. <i>Mengupgrade</i> mesin produksi / mesin cetak sehingga dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan</li> <li>4. Memperluas area distribusi produk banyaknya daerah desa-desa di pinggiran Kota Makassar yang belum disasar. Desa atau daerah terpencil memiliki kebutuhan informasi yang sama dengan masyarakat kota. Untuk memperkokoh jaringan pemasaran sehingga menjadi pasar andalan, bagaimanapun sirkulasi harus aktif mengembangkan wilayah keagenan yang dapat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah kuantitas SDM dan melakukan pelatihan serta pengembangan SDM, dan regenerasi SDM mengingat industri media adalah industri kreatif yang membutuhkan generasi muda dengan kemampuan dan <i>skill</i> yang mumpuni</li> <li>2. Mengoptimalkan layanan kepada konsumen melalui sajian berita serupa yang dapat diakses menggunakan media internet, berita yang baru saja terjadi bisa langsung disampaikan secara <i>real time</i>.</li> <li>3. Proses pendistribusian yang dilakukan lebih cepat kepada pelanggan penjualan secara langsung dilakukan dengan menjaga kontinuitas penerbitan serta ketetapan pengirimannya, jangan sampai pelanggan menjadi kecewa karena koran terlambat terbit atau terlambat sampai pada pelanggan. Untuk proses distribusinya, dapat berjalan lebih efektif dan efisien, jika perusahaan merencanakan penjadwalan dan urutan-urutan rute dalam transportasi. Penjadwalan dan penentuan jalur transportasi dapat diselesaikan dengan metode Savings Matrix. Dari pengolahan data dan pembahasan permasalahan jalur distribusi menggunakan metode Savings Matrix Pendistribusian memegang</li> </ol>

	membuka peluang menjual secara langganan. Misalnya menjalin kerjasama dengan aparat Kecamatan, Kelurahan, RT, atau RW, dll	faktor penting, dikarenakan tanpa adanya pola pendistribusian yang tepat, maka proses ini juga akan memakan biaya tinggi dan mengakibatkan pemborosan dari segi waktu, jarak dan tenaga sehingga sirkulasi perlu senantiasa melakukan evaluasi jalur distribusi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas .
<b>Bobot 2,122</b>	<b>Bobot 5.131</b>	<b>Bobot 3.71</b>
<i>Threat</i> 1. Harga bahan baku produksi 2. Akses daerah penyebaran koran 3. Masuknya media <i>online</i> 4. Kekuatan tawar menawar pembeli 5. Kekuatan tawar menawar <i>suppliers</i> dari agen 6. Kebijakan pemerintah 7. <i>Brand image</i> surat kabar pesaing 8. Kecepatan media elektronik dalam penyampaian berita	1. Memanfaatkan fasilitas kerja yang mumpuni dan tingkat loyalitas karyawan yang tinggi serta kesinergisan antar divisi untuk bersaing dengan para kompetitor membentuk <i>brand image</i> SKH Fajar. 2. Mengoptimalkan kualitas berita, dengan menjaga akurasi dan kebenaran sebuah informasi, serta menyajikan berita berita yang menginspirasi, <i>the good news is the good news</i> untuk menarik minat pembaca, dimana media <i>online</i> kerap kali mengedepankan kecepatan dan mengabaikan kebenaran berita untuk memperoleh rating. Dan informasi yang ditampilkan di media <i>online</i> , kadang tidak bernilai berita, tidak sesuai nilai nilai jurnalistik dan kaedah jurnalistik 3. Selain ditunjang dengan Fajar <i>online</i> , sebaiknya juga juga aktif di sosial media untuk penyebaran informasi baik lewat, fb, Twitter, instagram dan media sosial lainnya. 4. Agar dapat meningkatkan jumlah agen bisa dengan memberi komisi, menjadikan mereka sebagai distributor.	1. SKH Fajar telah melakukan konvergensi media dengan hadirnya Fajar.com namun perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan akses pembaca di Fajar.com, salah satunya dengan menggelar kuis, memuat konten yang bersifat viral, aktif di group media sosial membuat <i>fan pages</i> . 2. Melakukan program <i>bundling</i> atau strategi penjualan yang dilakukan dengan menggabungkan penjualan koran dengan pemberian <i>giveaway</i> dengan <i>brand</i> yang sudah menjalin kerjasama dengan SKH Fajar sehingga pembeli tidak segan-segan membeli dengan harga yang relatif lebih mahal karena mendapat keuntungan yang lebih.
<b>Bobot 0.83</b>	<b>Bobot 3.32</b>	<b>Bobot 1.9</b>

Secara ringkas hasil perumusan matriks IFAS – EFAS, berdasarkan strategi SO, ST, WO, dan WT, dilakukan pembobotan penilaian untuk menentukan skala prioritasnya. Susunan strategi

alternatif berdasarkan urutan prioritasnya yang diperoleh dari pembobotan matriks interaksi SWOT disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Pembobotan Hasil Kuisioner SWOT

	<b>S = 2,49</b>	<b>W = 1,067</b>
<b>O = 2,641</b>	SO = 5,131	WO = 3,71
<b>T = 0,83</b>	ST = 3,23	WT = 1,9

Sumber : Hasil Pengelolaan Data

Pilihan strategi SO yang mendapat prioritas bobot tertinggi, bukan berarti strategi lainnya yang memiliki bobot yang lebih rendah tidak perlu dilakukan. Apabila diinginkan hasil yang maksimal maka strategi lainnya baik strategi WO, ST, WT perlu dilaksanakan, tentu saja apabila sumberdaya yang ada mendukung.

Strategi SO atau *Strength - Opportunity* berdasarkan analisa SWOT memiliki beberapa strategi kebijakan sebagai berikut :

1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara komprehensif, objektik dan proporsional sehingga tetap akurat.
2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan kembali menjalin kerjasama dengan *stake holder* baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event

/ kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjaring komunitas atau menggelar kegiatan untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat brand image yang dimiliki SKH Fajar

3. *Mengupgrade* mesin produksi / mesin cetak sehingga dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan
4. Memperluas area distribusi produk mengingat potensi pasar yang masih luas, banyaknya daerah desa-desa di pinggiran Kota Makassar yang belum disasar. Desa atau daerah terpencil memiliki kebutuhan informasi yang sama dengan masyarakat kota.

**Hasil Analisis SWOT SKH Tribun Timur**

Interaksi kombinasi strategi internal - eksternal yang bisa dijadikan strategi prioritas dan memiliki keterkaitan yang disusun berdasarkan faktor internal, *strength* dan *weakness* serta faktor eksternal *opportunity* dan *threat* dapat dilihat dalam Matriks Interaksi IFAS – EFAS SWOT seperti pada tabel berikut

Tabel 3. Matriks Interaksi IFAS – EFAS SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p><i>Strength</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan promosi</li> <li>2. Pendistribusian koran</li> <li>3. Produk yang ditawarkan ke pembaca</li> <li>4. Penetapan harga</li> <li>5. Konsep dan kualitas berita</li> <li>6. Fasilitas kerja karyawan</li> <li>7. Pelayanan kepada konsumen</li> <li>8. Mesin produksi</li> <li>9. <i>Brand image</i></li> <li>10. Daya saing terhadap perusahaan lain</li> <li>11. Implementasi UU pers</li> <li>12. Kualitas bahan baku</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Bobot 2,58</b></p>	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitas SDM</li> <li>2. Kualitas SDM</li> <li>3. Area distribusi</li> <li>4. Loyalitas karyawan terhadap perusahaan</li> <li>5. Pertumbuhan penjualan</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 1,2</b></p>
<p><i>Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi</li> <li>2. Kerjasama dengan <i>stake holder</i></li> <li>3. Keberadaan UU pers</li> <li>4. Pertumbuhan ekonomi di kota Makassar</li> <li>5. Perkembangan teknologi</li> <li>6. Akses daerah penyebaran koran</li> <li>7. Kekuatan tawar menawar <i>suppliers</i> dari agen</li> <li>8. Minat baca dikota Makassar</li> <li>9. Pengaruh kekuatan <i>stakeholder</i></li> <li>10. Makin canggihnya mesin produksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara <i>komprehensif</i>, objektif dan proporsional sehingga tetap akurat.</li> <li>2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan membentuk kemitraan dengan <i>stake holder</i> baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event / kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjaring komunitas atau menggelar kegiatan untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat brand image yang dimiliki SKH Fajar</li> <li>3. <i>Mengupgrade</i> mesin produksi / mesin cetak agar dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan</li> <li>4. Menambah jumlah agen, misalnya dengan memberi komisi, menjadikan mereka sebagai distributor.</li> <li>5. Proses pendistribusian yang dilakukan lebih cepat kepada pelanggan. Penjualan secara langsung dilakukan dengan menjaga kontinuitas penerbitan serta ketetapan pengiriman koran, jangan sampai pelanggan menjadi kecewa karena koran terlambat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah kuantitas SDM dan melakukan pelatihan serta pengembangan dan regenerasi SDM, mengingat industri media adalah industri kreatif yang membutuhkan generasi muda dengan kemampuan dan <i>skill</i> yang mumpuni. Penambahan tenaga SDM, dilakukan dengan seleksi yang ketat agar dapat menyaring SDM yang tangguh dan ulet, selanjutnya mengirim SDM untuk ikut dalam berbagai kursus sesuai dengan bidangnya untuk menambah pengetahuan. Selain itu perlu mengundang pakar di berbagai bidang untuk menambah wawasan dan kemampuan SDM.</li> <li>2. Untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dapat dilakukan promosi penjualan berupa promosi yang diarahkan ke para pelanggan baru, seperti sampel, kupon, potongan harga, paket <i>bundling</i> atau promosi yang diarahkan kepada para agen berupa diskon, kontes dealer, atau promosi yang ditujukan kepada para <i>salesman</i>, yang dapat berupa pemberian bonus</li> <li>3. Membentuk jaringan dengan sekolah-sekolah dan perguruan tinggi dimana mereka bisa berpartisipasi dalam penulisan berita di SKH Tribun Timur dengan memberikan 1 rubrik khusus untuk para jurnalis muda dari kalangan sekolah dan perguruan tinggi baik di Makassar maupun di luar Makassar.</li> <li>4. Memperluas area distribusi. Untuk memperluas jaringan pemasaran</li> </ol>



	<p>terbit atau terlambat sampai pada pelanggan.</p>	<p>sehingga menjadi pasar andalan, bagaiman sirkulasi harus aktif mengembangkan wilayah keagenan yang dapat membuka peluang menjual secara langganan. Misalnya menjalin kerjasama dengan aparat Kecamatan, Kelurahan, RT, atau RW, Desa, dan komunitas dan organisasi lainnya. Selain itu penyebaran koran juga dilakukan di daerah pinggiran, desa-desa di Kota Makassar yang belum disasar. Desa atau daerah terpencil memiliki kebutuhan informasi yang sama dengan masyarakat kota. Untuk proses distribusinya, dapat berjalan lebih efektif dan efisien, jika perusahaan merencanakan penjadwalan dan urutan-urutan rute dalam transportasi. Penjadwalan dan penentuan jalur transportasi dapat diselesaikan dengan metode Savings Matrix. Dari pengolahan data dan pembahasan permasalahan jalur distribusi menggunakan metode Savings Matrix Pendistribusian memegang faktor penting, dikarenakan tanpa adanya pola pendistribusian yang tepat, maka proses ini juga akan memakan biaya tinggi dan mengakibatkan pemborosan dari segi waktu, jarak dan tenaga sehingga sirkulasi perlu senantiasa melakukan evaluasi jalur distribusi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas .</p>
<p><b>Bobot 2,122</b></p> <p>Treath</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaing lokal</li> <li>2. Harga bahan baku produksi</li> <li>3. Masuknya media <i>online</i></li> <li>4. Kekuatan tawar menawar pembeli</li> <li>5. Kebijakan pemerintah</li> <li>6. <i>Brand image</i> surat kabar pesaing</li> <li>7. Kecepatan media elektronik dalam penyampaian berita</li> </ol>	<p><b>Bobot : 4.702</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan penjualan iklan paket koran dengan seminar atau penawaran lainnya, program <i>bundling</i> atau strategi penjualan yang dilakukan dengan menggabungkan penjualan koran dengan pemberian <i>giveaway</i> dengan <i>brand</i> yang sudah menjalin kerjasama dengan SKH Tribun timur</li> <li>2. Melakukan kegiatan CSR sebagai wujud kepedulian kepada lingkungan sekitar, salah satu kegiatan-kegiatan yang bersifat kemanusiaan, salah satu kegiatan-kegiatan yang bersifat kemanusiaan, seperti pemberian bantuan untuk perpustakaan keliling, sumbangan dana kepada sekolah sekolah yang masih</li> </ol>	<p><b>Bobot = 3,32</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat kegiatan yang dapat dibicarakan orang banyak. Seperti sebuah kompetisi menarik yang dapat menjadi bahan pembicaraan orang-orang, dan dapat mengundang orang-orang untuk terlibat. Keterlibatan itu tidak hanya sebatas sebagai pembeli, tapi juga dapat terlibat langsung melalui kompetisi yang dilakukan.</li> <li>2. SKH Tribun Timur sudah bergerak menuju industri digital, dan melakukan konvergensi media dengan hadirnya portal berita, tribun timur.com sehingga SDMnya dilatih untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar dapat meningkatkan akses pembaca di portal berita Tribun maupun di media cetaknya salah satu yang bisa dilakukan adalah</li> </ol>

<b>Bobot = 0,911</b>	sangat minim fasilitas, membuat kegiatan sosial dengan membantu sebuah organisasi sosial akan sangat berpengaruh untuk <i>Brand</i> bisnis SKH Tribun timur. Memiliki dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dapat menaikkan pamor SKH Tribun timur di dunia Industri, dan membantu penjualan nantinya. Kegiatan ini mampu memperkuat <i>brand image</i> dari SKH Fajar sebagai surat kabar yang tidak hanya mengejar profit semata tetapi juga peduli terhadap kemanusiaan	menggelar kuis, memuat konten yang bersifat viral, aktif di grup medsos, membuat <i>fan pages</i> . SDM pemasaran juga bisa melakukan pemasaran dengan marketing <i>email</i> melalui <i>email</i> SKH Tribun timur bahkan bisa mendapatkan calon-calon pembeli potensial melalui <i>email</i>
	<b>Bobot 3,491</b>	<b>Bobot 2,111</b>

Perumusan matriks IFAS – EFAS, berdasarkan strategi SO, ST, WO, dan WT, dilakukan pembobotan penilaian untuk menentukan skala prioritasnya. Susunan strategi alternatif berdasarkan urutan prioritasnya yang diperoleh dari pembobotan matriks interaksi SWOT disajikan pada tabel 3 Susunan strategi alternatif berdasarkan urutan prioritasnya berdasarkan pembobotan matriks interaksi SWOT seperti disajikan pada Tabel 4

Tabel 4. pembobotan matriks interaksi SWOT

	<b>S= 2,58</b>	<b>W = 1,2</b>
<b>O = 2,122</b>	SO = 4,702	WO = 3,32
<b>T= 0,911</b>	ST = 3,491	WT = 2,111

Pilihan strategi SO yang mendapat prioritas bobot tertinggi, bukan berarti strategi lainnya yang memiliki bobot yang lebih rendah

tidak perlu dilakukan. Apabila diinginkan hasil yang maksimal maka strategi lainnya baik strategi WO, ST, WT perlu dilaksanakan, tentu saja apabila sumberdaya yang ada mendukung.

Strategi SO atau Strength - Opportunity berdasarkan analisa SWOT memiliki beberapa strategi kebijakan sebagai berikut :

1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara *komprehensif*, objektif dan proporsional sehingga tetap akurat.
2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan membentuk kemitraan dengan *stakeholder* baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event/ kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjangkau komunitas atau menggelar kegiatan

3. untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat *brand image* yang dimiliki SKH Tribun timur
4. *Mengupgrade* mesin produksi/mesin cetak agar dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan.
5. Menambah jumlah agen misalnya dengan memberi komisi, menjadikan mereka sebagai distributor.
6. Proses pendistribusian yang dilakukan lebih cepat kepada pelanggan. Penjualan secara langsung dilakukan dengan menjaga kontinuitas penerbitan serta ketetapan pengiriman koran, jangan sampai pelanggan menjadi kecewa karena koran terlambat terbit atau terlambat sampai pada pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang daya tahan bisnis media cetak ditengah maraknya penggunaan media *online* di SKH Fajar dan SKH Tribun timur dapat diambil kesimpulan bahwa bisnis SKH Fajar dan SKH Tribun timur masih tetap bertumbuh.

Meskipun dari hasil survey menunjukkan penurunan pembaca surat kabar dan pembaca media *online* meningkat, akan tetapi dari segi pertumbuhan iklan media cetak masih bertumbuh jauh dibawah media *online*.

Demikian halnya dengan SKH Fajar dan SKH Tribun timur. Kehadiran Fajar.com dan TribunNews. com dari segi pembaca memang

mengalami peningkatan, akan tetapi pemasukan iklannya tidak sampai 5 % dari omset koran. Sampai saat ini, di kota Makassar pengiklan masih memilih SKH Fajar dan SKH Tribun timur untuk dijadikan media beriklan.

Untuk kembali menarik minat baca masyarakat dan meningkatkan jumlah pengiklan, SKH Fajar dan SKH Tribun timur senantiasa melakukan inovasi dengan mengikuti selera pembaca dan pengiklan serta mengikuti perkembangan teknologi agar mampu bersaing dengan para pesaing di bisnis media.

Strategi alternatif yang bisa dilakukan oleh SKH Fajar dari hasil analisa SWOT yang dilakukana dalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada yaitu :

1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara komprehensif, objektik dan proporsional sehingga tetap akurat.
2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan kembali menjalin kerjasama dengan stake holder baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event / kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjaring komunitas atau menggelar kegiatan untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat *brand image* yang dimiliki SKH Fajar .

3. Mengupgrade mesin produksi/mesin cetak sehingga dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan
4. Memperluas area distribusi produk mengingat potensi pasar yang masih luas, banyaknya daerah desa-desa di pinggiran Kota Makassar yang belum disasar. Desa atau daerah terpencil memiliki kebutuhan informasi yang sama dengan masyarakat kota.

Sementara perumusan strategi alternatif yang bisa dilakukan SKH Tribun dilakukan adalah menggunakan Strategi SO yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang. Strategi SO atau Strength - Opportunity berdasarkan analisa SWOT memiliki beberapa strategi kebijakan sebagai berikut :

1. Mengakomodir selera dan kebutuhan pembaca serta terus melakukan inovasi dengan tetap meningkatkan kualitas berita yang dikemas secara komprehensif, objektif dan proporsional sehingga tetap akurat.
2. Menjaga hubungan kerjasama yang sudah terjalin dan membentuk kemitraan dengan stake holder baru baik dengan pemerintah dan swasta untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event / kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala guna menjaring komunitas atau menggelar kegiatan untuk membentuk komunitas sehingga dapat menambah tingkat keterbacaan koran sekaligus memperkuat

brand image yang dimiliki SKH Tribun timur

3. Mengupgrade mesin produksi / mesin cetak agar dapat mengoptimalkan operasional percetakan baik dari segi waktu cetak dan kualitas cetakan
4. Menambah jumlah agen, misalnya dengan memberi komisi, menjadikan mereka sebagai distributor.
5. Proses pendistribusian yang dilakukan lebih cepat kepada pelanggan. Penjualan secara langsung dilakukan dengan menjaga kontinuitas penerbitan serta ketetapan pengiriman koran.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Pembinaan SDM baik dari segi kuantitas maupun kualitas perlu mendapatkan perhatian khusus agar mampu bersaing dalam menciptakan produk berkualitas , inovatif dan dinamis serta mampu memiliki kualitas SDM yang mampu bertahan di tengah persaingan bisnis media yang semakin besar.
2. Senantiasa melakukan evaluasi terhadap pelayanan pelanggan dan para pengiklan, agar mampu menarik minat para pembaca dan pengiklan.
3. Jadi maraknya penggunaan media *online* membuat oplah dan langganan SKH Fajar dan Tribun Timur tidak bertumbuh namun dari sisi iklan masih mengalami kenaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Erdinaya, Komala, Lukita. 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Asep Syamsul M. Romli. 2005. *Jurnalistik Terapan*, Bandung : Batic Press.
- Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media*. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya. Insan Cendikia
- Cangara, Hafied H, 2006, *Pengantar Ilmu Komuniaksi*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Djafar H. Assegaf. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Lievrouw, L.A dan Sonia Livistone, 2006. *The Handbook of New Media*. SAGE Publications, London.
- Littlejohn, Stephen W. Dan Foss, Karen A. 2014. *Teori Komuniaksi Theories of Human Communication*. Edisi 9. Jakarta : Salemba Humanika.
- Nurudin, M. Si. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Nurudin, 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali Pers. Jakarta : Grafindo Persada.
- Rakhmat, Djalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode & Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Winardono, S. 2006. *Matikan TV mu Teror Media Televisi di Indonesia*. Yogyakarta : Resist Book
- <https://kreditgogo.com/artikel/Karir-dan-Dunia-Kerja/5-Media-Cetak-yang-Tak-Lagi-Terbit.html>