

STRATEGI KOMUNIKASI SUARA NTB MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL

Siti Alicia

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Mataram

ABSTRAK

Banyaknya media cetak dan media *online* yang ada saat ini, baik media lokal maupun nasional menjadi bukti bahwa persaingan dalam pengembangan media di Indonesia khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Barat semakin kompetitif. Terlebih dalam era digital saat ini, media dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman. Tantangan terbesar bagi Harian Suara NTB yaitu dapat menyesuaikan dirinya dengan perkembangan di era digital. Munculnya media baru seperti media *online* membuat persaingan semakin berat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Suara NTB dalam melalui penggunaan media sosial dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah direktur utama Suara NTB, kepala bagian marketing, dan tim marketing dan iklan sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi Suara NTB dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi agar Suara NTB dapat bertahan di era digital yaitu memanfaatkan platform media sosial dengan menggunakan fitur – fitur yang sudah ada di media sosial tersebut. Kemudian Suara NTB juga memperbarui produk mereka yang awalnya naskah menjadi konten visual yang dapat menarik pembaca. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Suara NTB mengemas penyampaian informasinya melalui konten yang kreatif dan menarik secara visual maupun audiovisual.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Eksistensi, Era Digital.

NTB VOICE COMMUNICATION STRATEGY THROUGH THE USE OF SOCIAL MEDIA IN MAINTAINING EXISTENCE IN THE DIGITAL ERA

ABSTRACT

The large number of print and online media that exist today, both local and national media, is proof that competition in media development in Indonesia, especially in West Nusa Tenggara Province, is increasingly fierce. Especially in today's digital era, the media is required to keep abreast of the times. The biggest challenge for the Suara NTB Daily is being able to adapt itself to developments in the digital era. The emergence of new media, such as online media, makes the competition even tougher. This study aims to determine the communication strategy of Suara NTB through the use of social media to maintain its existence in the digital era. This study used the descriptive-qualitative method. The subjects in this study were the main director of Suara NTB, the head of the marketing department, and the marketing and advertising team, while the object of this study was the communication strategy of Suara NTB in maintaining its existence in the digital era.

The results of the study show that the best communication strategy for Suara NTB to survive in the digital era is to utilize social media platforms by using the features that already exist on social media. Then Suara NTB also updated their product, which was originally a script, into visual content that could attract readers. Social media is an effective means of conveying information to the public. Suara NTB packages its information delivery through creative and interesting content, both visually and audiovisually.

Keywords: Communication Strategy, Existence, Digital Era.

Pendahuluan

Harian Suara NTB adalah salah satu media surat kabar Indonesia yang terbit di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang memiliki tagline “Pengemban Pengamal Pancasila”. Harian Suara NTB merupakan anak perusahaan dari Bali Post yang terbit pada tanggal 4 Maret 2004. Harian Suara NTB ini hidup di tengah persaingan media di NTB yang semakin banyak. Berdasarkan data yang dihimpun melalui laman resmi pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, terdapat 8 media lokal di NTB dan 9 media nasional.

NO	NAMA MEDIA	JENIS MEDIA	NO	INDONESIA SATU.CO.ID	Media Online
1	AMANAT ASPIRASI RAKYAT	Media Online	22	INDONESIA SATU.CO.ID	Media Online
2	AMPENAN NEWS	Media Online	23	INSIDE NTB.COM	Media Online
3	ANTARA.COM	Media Online	24	JEJAK LOMBOK.COM	Media Online
4	ASPIRASI PUBLIK	Media Online	25	JURNAL FAKTUAL	Media Online
5	BERITA BALI	Media Online	26	KABAR OPOSISI NTB	Media Online
6	BERITA METRO PEMBAHARUAN	Media Online	27	KABAR SUMBAWA	Media Online
7	BERITA11.COM	Media Online	28	KANAL NTB.COM	Media Online
8	beritalima	Media Online	29	KATADA.Id	Media Online
9	Bima Kini	Media Online	30	kataknews	Media Online
10	BUKA DIKIT.CO	Media Online	31	KMC MEDIA GROUP	Media Online
11	DETIK NTB	Media Online	32	KORAN NTB	Media Online
12	DITASWARA.COM	Media Online	33	KUPAS NTB	Media Online
13	DUTA SELAPARANG	Media Online	34	LAKEYSNEWS.COM	Media Online
14	Garis Merah	Media Online	35	LINTAS NTB	Media Online
15	GERBANG INDONESIA	Media Online	36	LIPUTAN 6	Media Online
16	GETNEWS INDONESIA	Media Online	37	LIPUTAN NTB	Media Online
17	GLOBAL LOMBOK	Media Online	38	LOMBOK BOSS.COM	Media Online
18	GRAFIKA NEWS	Media Online	39	LOMBOK EXPOSE.COM	Media Online
19	HARIAN NUSA	Media Online	40	Lombok Fokus	Media Online
20	INANEWS	Media Online	41	LOMBOK HIJAU NEWS	Media Online
21	INCINEWS.NET	Media Online	42	LOMBOK INFO	Media Online
			43	LOMBOK INSIDER.COM	Media Online

44	LOMBOK JOURNAL	Media Online	66	PUSARAN NTB	Media Online
45	LOMBOK KITA 7	Media Online	67	QOLAMA.COM	Media Online
46	LOMBOK POST	Media Online	68	RADAR INVESTIGASI	Media Online
47	LOMBOK TODAY	Media Online	69	RADAR LOMBOK	Media Online
48	MANDALIKA POST	Media Online	70	RADAR MANDALIKA.ID	Media Online
49	MATA WARTA	Media Online	71	RADAR NTB.COM	Media Online
50	MATARAM NEWS	Media Online	72	RADAR TAMBORA	Media Online
51	MATTINEWS.COM	Media Online	73	REALITA RAKYAT	Media Online
52	MEDIA AMANAT.COM	Media Online	74	SAMAWA REA	Media Online
53	MEDIA ANALIS INDONESIA	Media Online	75	SATONDANEWS.COM	Media Online
54	MEDIA BUSER BHAYANGKARA	Media Online	76	SEGRANAK POST	Media Online
55	MEDIA BUSER BIMA	Media Online	77	SELAPARANG NEWS	Media Online
56	MEDIA CYBER ASIA FEDERASI	Media Online	78	SIAR POST	Media Online
57	MEDIA RELASI PUBLIK	Media Online	79	SUARA GIRI MENANG.COM	Media Online
58	METRO NTB	Media Online	80	SUARA KONSUMEN INDONESIA	Media Online
59	NASIONAL XPOS.CO.ID	Media Online	81	SUARABUMIGORA.COM	Media Online
60	NEWS METRO/METROPOL	Media Online	82	TAFANEWS.NET	Media Online
61	NUSRA MEDIA.COM	Media Online	83	TALIKA NEWS	Media Online
62	Pagi Lombok	Media Online	84	TERAS HUKUM.COM	Media Online
63	PANTAUAN SUMBAWA	Media Online	85	TIMES INDONESIA NETWORK	Media Online
64	PERS BUSER	Media Online	86	WARTA BUMIGORA	Media Online
65	PT. TAJUK DIGITAL INDONESIA	Media Online	87	WARTA MATARAM	Media Online

(sumber : *website ntbprov*)

Dilansir dari *website analysis* yang dikeluarkan *similarweb.com* selama kurun 28 hari terakhir dari tanggal 28 Maret – 24 April 2023, dari 87 media *online* yang terdaftar di lembaga pers terdapat 10 media *online* yang digemari pembaca terbesar di dua pulau yakni pulau Sumbawa dan pulau Lombok.

1. Sumbawanews.com (Kab. Sumbawa)
2. Lombokinsider.com (Mataram)
3. Samawarea.com (Kab. Sumbawa)

4. Suarantb.com (Mataram)
5. Visionerbima.com (Kota Bima)
6. Radarlombok.co.id (Mataram)
7. Ntbsatu.com (Mataram)
8. Harianamanat.com (Kota Bima)
9. Insidelombok.id (Mataram)
10. Siarpost.com (Mataram)

Banyaknya media cetak dan media online yang ada saat ini, baik media lokal maupun nasional menjadi bukti bahwa persaingan dalam pengembangan media di Indonesia khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Barat semakin kompetitif. Terlebih dalam era digital saat ini, media dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman. Tantangan terbesar bagi Harian Suara NTB yaitu dapat menyesuaikan dirinya dengan perkembangan di era digital.

Selain itu munculnya media baru seperti media *online* membuat persaingan semakin berat, dikarenakan media *online* dapat update setiap saat, sedangkan media cetak harus menunggu cetakan selanjutnya. Maka dari itu, Suara NTB juga membuat Media *Online*, untuk update terlebih dahulu sebelum update nantinya di media cetaknya. Penyebaran informasi yang akurat dan cepat menjadi tantangan tersendiri bagi Harian Suara NTB dalam mengikuti perkembangan di era digital. Hal ini karena sebelumnya Harian Suara NTB merupakan surat kabar cetak yang menyebarkan surat kabar mereka di keesokan harinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Suara NTB melalui penggunaan media sosial dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena metode kualitatif merupakan pengamatan, wawancara atau laporan dokumen. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku individu atau kelompok (Meolong, 2015 : 5).

Metode penelitian kualitatif ini berusaha mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam – dalamnya. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena pendekatan tersebut berkaitan dengan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui bagaimana strategi Suara NTB melalui penggunaan media sosial dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Pendekatan kualitatif ini juga, diharapkan data yang didapatkan lebih rinci, lengkap dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategi Komunikasi Suara NTB

Keufman dalam cangara (2017) menjelaskan bahwa perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ditempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Suara NTB dalam mempertahankan eksistensi di era digital melakukan analisis situasi, analisis khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, dan pemilihan media.

1. Analisis Situasi

Analisis situasi merupakan bagian dari perencanaan strategi untuk mengidentifikasi masalah dan merancang penyelesaian masalah/solusi. Hasil wawancara yang diperoleh informasi bahwa, banyaknya media *online* yang muncul saat ini menuntut Suara NTB untuk tidak hanya berfokus pada media cetaknya saja. Berdasarkan ancaman tersebut maka Suara NTB membuat platform – platform digital yang digemari oleh masyarakat sesuai kebutuhannya. Suara NTB sudah memiliki media internet atau website untuk menyampaikan berita kepada pembacanya lebih mudah dan praktis. Hal ini dapat dilihat dari *website* Suara NTB yang memberikan informasi-informasi terkini yang selalu *update* dan terbaru. Suara NTB juga memiliki semacam koran digital yang berbentuk dalam pdf. Namun, untuk dapat membaca E-paper tersebut harus berlangganan terlebih dahulu, untuk menjadi pelanggan berita Suara NTB dapat mendaftar melalui link bit.ly/EPaperSuaraNTB. Melalui link tersebut pelanggan dapat melihat biaya untuk berlangganan untuk satu bulan, tiga bulan, dan satu tahun.

2. Analisis Audience

Langkah pertama yang harus dilakukan komunikator adalah mengenali khalayak yang akan dihadapi. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikator harus mengidentifikasi kondisi dan situasi khalayak. Langkah ini diperlukan untuk memudahkan langkah-langkah berikutnya berjalan dengan efektif. Dengan mengetahui peta khalayak, seorang perencana komunikasi dapat memprediksi dan mengantisipasi, serta menyesuaikan program-program komunikasi yang akan dilakukannya.

Audiens atau khalayak merupakan sasaran komunikasi dari Suara NTB dalam usaha mempertahankan eksistensi di era digital. Target khalayak dari Suara NTB terbagi menjadi dua yaitu masyarakat yang berusia 40 tahun keatas dan masyarakat yang usia dibawah 40 tahun. Masyarakat yang berusia diatas 40 tahun meliputi orang – orang yang sudah bekerja dan para pegawai kantor/instansi yang sudah lama berlangganan koran di Suara NTB. Masyarakat yang dibawah 40 tahun meliputi masyarakat dari berbagai kalangan khususnya

para milenial yang lebih menyukai sesuatu yang instan seperti informasi yang cepat dan kaum millennial juga cepat menyerap informasi. Walaupun begitu audiens atau khalayak Suara NTB secara umum merupakan masyarakat dari berbagai kota dan kabupaten di NTB.

3. Pemilihan Media

Pemilihan media merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran media yang dipilih harus sesuai dengan target pasar. Karena media massa dapat digunakan apabila komunikannya berjumlah banyak atau bertempat tinggal jauh. Ciri media massa yaitu dapat menimbulkan keserempakan, dimana pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya banyak, ratusan, bahkan jutaan pada saat yang sama juga secara bersama – sama.

Dari hasil penelitian wawancara bagaimana Suara NTB menentukan media sosial sebagai media yang dipilih untuk promosi mereka. Seperti yang disampaikan oleh Pak Zulkarnaen yaitu

“karena kita melihat media sosial paling banyak dimainkan oleh masyarakat sekarang. Jadi kami memaksimalkan media yang kami punya sendiri caranya seperti meningkatkan followers atau meningkatkan viewers strateginya ada di media itu sendiri.”

Disimpulkan bahwa Suara NTB lebih fokus melakukan pendekatan melalui media sosial karena media sosial memudahkan penggunaannya berinteraksi dengan orang – orang dari seluruh dunia. Awalnya Suara NTB memiliki dua media untuk promosi yaitu koran dan *website*. Selain website dan koran Suara NTB juga memiliki beberapa platform media sosial yaitu facebook, instagram, twitter, youtube, dan tiktok untuk mempromosikan berita mereka.

Pada akun resmi Instagram Suara NTB ini dapat diakses secara bebas oleh masyarakat @suarantbcom. Akun ini terbentuk pada 8 Juli 2016, pada (2/6/23) Memiliki followers dengan jumlah 16,8rb, 350 yang diikuti dan 2.712 berita yang sudah terupload sampai saat ini. Sama seperti akun Instagram, Facebook juga digunakan untuk menyebarluaskan berbagai konten, kreatif baik visual maupun audiovisual. Akun Facebook Suara NTB terbentuk pada 8 September 2016, dengan memiliki jumlah 107rb pengikut dan 85 diikuti.

Twitter Suara NTB terbentuk pada Agustus 2013 dan pada (2/6/23) memiliki 5.181 pengikut saat ini. Berikut gambar pada halaman Twitter Suara NTB. Pada akun resmi Tiktok Suara NTB terdapat 253,5K pengikut, 848 postingan video berita, dan 2,9M suka.

Youtube yang dimiliki oleh Suara NTB terbentuk pada 1 Maret 2016. Pada (2/6/23) terdapat 90rb *subscriber* dengan 2,2rb video yang telah diunggah. Informasi yang lengkap juga dapat ditemukan masyarakat atau pembaca pada *website* resmi Suara NTB yaitu www.suarantb.com. Website ini berisi berbagai informasi kepada pembaca atau masyarakat mengenai berita seputar tentang Nusa Tenggara Barat.

Namun dari tujuh platform media yang dimiliki Suara NTB, Tiktok merupakan pilihan media nomor 1 yang disukai oleh masyarakat dan youtube menjadi media nomor 2 yang disukai oleh masyarakat. Kedua media tersebut paling disukai oleh masyarakat karena masyarakat lebih menyukai informasi yang berupa *audio visual* dengan tampilan yang menarik dan informasinya lebih mudah dicerna.

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Suara NTB

Middleton dalam Cangara (2017) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, karena jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Suara NTB melalui penggunaan media sosial dalam mempertahankan eksistensi di era digital adalah sebagai berikut :

1. Memanfaatkan platform – platform media sosial yang sudah ada.

Suara NTB menggunakan media sosial sebagai bentuk komunikasi pemasaran digital dalam industri media. Penggunaan media sosial menjadi kebutuhan memasuki area teknologi media. Dimana persaingan antar media yang saat ini semakin tinggi karena persaingan tidak hanya media konvensional melainkan persaingan media digital yang jumlahnya terus meningkat. Dengan memanfaatkan fitur – fitur yang disediakan oleh media sosial tersebut Suara NTB dapat membuat konten yang menarik untuk pembaca. Media sosial dengan berbagai fiturnya dapat untuk mengumpulkan, menyaring dan menyebarkan berita.

Seperti pada media Instagram, fitur Instagram Television (IGTV) dan Instagram *Story* dimanfaatkan untuk mengunggah konten audiovisual. IGTV yang memungkinkan pengguna mengunggah video berdurasi maksimal 10 menit, sedangkan Instagram *Story* digunakan untuk mengunggah live report kegiatan secara singkat dengan durasi 15 – 30 detik.

Media sosial tidak hanya sebagai media pencarian informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berekspresi dalam menuangkan ide dan kritikan terhadap isu yang sedang berkembang saat ini. Kolom komentar menjadi media masyarakat untuk mengutarakan pendapat mereka, bahkan dari kolom komentar menjadi sumber berita tersendiri bagi redaksi portal berita.

2. Berinovasi seperti memperbanyak konten – konten dengan adanya *visual* dan *dubbing*.

Suara NTB dapat bertahan di era digital yaitu dengan memperkuat platform media mereka dengan berinovasi sesuai kebutuhan para pembaca. Jadi mereka sudah tidak menggunakan cara lama sementara masyarakat atau para pembaca sudah beralih ke teknologi. Mereka berinovasi seperti memperbanyak

konten – konten dengan adanya *visual* dan *dubbing* sehingga membuat orang tertarik.

Suara NTB mengikuti trend untuk tetap bertahan dalam persaingan antar media. Dengan perkembangan media sosial saat ini, penyampaian berita pun mengikuti keinginan pasar. Diantaranya penggunaan media sosial Instagram dikenal sebagai platform yang mengutamakan video reels, lalu Youtube dikenal dengan videonya dalam bentuk Youtube shorts, sedangkan pada media Tiktok dikenal sebagai platform video yang mengutamakan kemasan musik. Pengguna dapat mengeksperikan bakat dan hal kreatif lainnya pada media tersebut. Berita dalam portal berita yang biasanya disajikan secara kaku dan serius dapat disajikan lebih menarik dengan potongan gambar yang disesuaikan dengan latar belakang musik yang sedang trend. Hal ini memberikan alternatif kepada masyarakat dalam menikmati berita.

Media sosial telah menjadi sarana yang dianggap efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Suara NTB memanfaatkan potensi yang dimiliki media sosial sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi. Melalui media sosial pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak, terutama generasi millennial maka Suara NTB mengemas penyampaian informasinya melalui konten yang kreatif dan menarik secara visual maupun audiovisual.

Faktor penghambat dan pendukung

Keberhasilan strategi dapat dilihat dari selarasnya rencana dengan pelaksanaannya agar mendapatkan hasil sesuai yang telah ditetapkan. Untuk mencapai keberhasilan dari strategi ini maka diperlukan monitoring untuk pengawasan,

Berdasarkan hasil dari monitoring yang telah dilakukan, selanjutnya Suara NTB menjadikan hal tersebut sebagai acuan dalam melakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi Suara NTB dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

Faktor pendukung dari Suara NTB yaitu memiliki perangkat yang sudah di upgrade menjadi diatas standar atau speknya yang *high quality*. Berdasarkan faktor pendukung dalam menjalankan strategi komunikasi, Suara NTB sangat terbantu dengan adanya peralatan yang sudah *high quality*. Dengan adanya peralatan terbaru dengan standar tinggi bisa membantu Suara NTB dapat menyuguhkan informasi yang lebih menarik secara visual. Oleh karena itu Suara NTB ini menjadi media lokal yang memiliki jumlah pengikut di youtube paling banyak dibanding media lokal lainnya.

Faktor penghambat dari Suara NTB yaitu kurangnya SDM baik di editor, penyusun naskah, dan admin. Karena kekurangan orang ini membuat pekerjaan menjadi kurang maksimal dan membuat beberapa anggota kewalahan. Karena hal itu juga membuat konten media sosial Suara NTB terbatas

KESIMPULAN

Strategi komunikasi agar Suara NTB dapat bertahan di era digital yaitu memanfaatkan platform media sosial dengan menggunakan fitur – fitur yang sudah ada

di media sosial tersebut. Kemudian Suara NTB juga *memperbarui* produk mereka yang awalnya naskah menjadi konten visual yang dapat menarik pembaca.

Media sosial telah menjadi sarana yang dianggap efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Suara NTB memanfaatkan potensi yang dimiliki media sosial sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak terutama generasi millennial, maka Suara NTB mengemas penyampaian informasinya melalui konten yang kreatif dan menarik secara visual maupun audiovisual.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat bahwa di Suara NTB sendiri masih sangat kurang akan Sumber Daya Manusia. Maka dari itu perlu adanya penambahan SDM (Sumber Daya Manusia) di kantor Suara NTB untuk memudahkan pekerjaan saat berlangsung terutama pada divisi media. Mengingat bahwa Suara NTB bergerak dibidang media yang mana media menjadi wadah masyarakat dalam mendapatkan informasi oleh karenanya dengan penambahan sumber daya manusia ini diharapkan kedepannya Suara NTB semakin lebih cepat lagi dalam menyalurkan informasi kepada khalayak.

Keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada penelitian tentang strategi komunikasi komunikasi dari sebuah kantor berita. Oleh karenanya, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini tidak hanya berfokus untuk meneliti strategi komunikasi media saja tetapi juga bisa melakukan penelitian pada berita-berita yang diterbitkan, seperti dengan menganalisis isi beritanya, baik dengan menggunakan metode analisis framing, metode analisis semiotika, maupun metode analisis wacana.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- David, Fred R. (2002). *Manajemen Strategi Konsep*. Prenhalindo: Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Handoko, T. Hani. (2017). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Novianti, Evi. (2019). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tewal, Benhard. (2017). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Patra Media Grafindo.

Jurnal

- Ayuningsih, Nyimas Laras Afrilia. (2018). Strategi Harian Umum Kabar Priangan Tasikmalaya Dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Arus Globalisasi.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. Vol 1 No 4.

Juariyah, denny irawan. (2019). Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Vol 3 No 5.

Syaiful, Muh. (2022). Konvergensi Media Gorontalo Post Sebagai Strategi Untuk Bertahan di Era Digital. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Ihsan Gorontalo.

Website

Lembaga Pers dan Media *Online* Lokal tahun 2021. Diakses dari <https://data.ntbprov.go.id/dataset/data-lembaga-pers-di-provinsi-ntb> pada 2 Agustus 2022 pukul 21.16 WITA.