

## ANALISIS STRATEGI RASELNEWS DALAM PERSAINGAN MEDIA BARU PADA RADAR SELATAN

**Zulfikar Sofian, Fitria Yuliani**  
 Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan persaingan media baru sekarang ini sangat berkembang luas, oleh karena itu masyarakat lebih beralih kepada informasi yang berbasis online. Karena dengan media online berita yang ditampilkan lebih efisien dan mempermudah masyarakat dalam mengakses berita. Salah satu pihak yang menerapkan media online adalah Radar Selatan dengan menciptakan media baru Raselnews.

Penelitian ini dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana Analisis Strategi Raselnews dalam Persaingan Media Baru pada Radar Selatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*) dengan observasi, wawancara serta adanya dokumentasi tambahan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah tahap reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Dengan menggunakan Teori Marketing Mix 7p melalui tujuh asumsi teori yaitu, *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*.

**Kata Kunci :** *Strategi Raselnews, Media Baru, Radar Sealatan*

### ABSTRACT

*Technological developments and competition for new media are now very widespread, therefore people are turning to online-based information. Because with online media, the news that is displayed is more efficient and makes it easier for people to access news. One of the parties implementing online media is Radar Selatan by creating the new media Raselnews.*

*This study aims to determine how the Raselnews Strategy Analysis in New Media Competition on South Radar. In this study, researchers used descriptive qualitative methods using in-depth analysis techniques with observation, interviews and additional documentation. The data analysis technique used was data reduction, data presentation, and conclusion drawing. By using 7p Marketing Mix Theory through seven theoretical assumptions, namely, Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence.*

**Keywords:** *Raselnews Strategy, New Media, Radar Equipment*

## PENDAHULUAN

**P**erkembangan media massa saat ini sangat di butuhkan dalam kegiatan masyarakat, karena dalam perkembangan zaman saat ini, globalisasi yang berkembang pesat di era ini memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi ditengah masyarakat. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di negara Indonesia sekarang sangat berkembang dengan pesat. Seperti halnya dibidang jurnalistik saat ini, tidak hanya melalui media kabar yang bersifat cetak, tapi juga media elektronik dan online.

Media online menjadi media massa yang sering banyak di sukai oleh masyarakat pada saat ini. hal itu disebabkan karena media online memiliki lebih banyak keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media lainnya. Dimana masyarakat lebih condong kepada berita yang bersifat online, karena mereka menyajikan pesan yang lebih akurat dan cepat. Pengaruh usia menjadikan pemicu berita yang ditayangkan di situs online lebih digemari ketimbang media cetak, karena generasi milenial lebih menyukai online yang terkesan modern dari pada media berbasis cetak. Dalam perkembangan zaman seperti di era modern ini, berita tidak hanya diperoleh

dari media cetak seperti koran, majalah maupun TV, tetapi internet bisa dijadikan salah satu media interaktif dalam menyamaikan berita.

Di era sekarang sudah banyak teknologi yang modern, seperti handphone yang sangat canggih, dari handphone tersebut masyarakat dapat mencari langsung dan mendapatkan berita terbaru dari penjuru dunia manapun melalui situs online yang ada dihandphone mereka. Sehingga menyebabkan minat dari pembaca media cetak atau koran menjadi berkurang.

Radar Selatan ini berdiri pada Tanggal 8 Maret 2005, berlokasi di Manna, Jl. Fatmawati Bengkulu Selatan. Tujuan berdiri Radar Selatan ini, guna untuk menyalurkan setiap informasi atau berita yang sedang terjadi di Bengkulu Selatan. Radar Selatan adalah sebuah perusahaan di bidang media cetak, merupakan perusahaan redaksi lokal di Wilayah Kabupaten Bengkulu Selatan Provinsi Bengkulu. Radar Selatan saat ini tengah mencoba untuk mengikuti perkembangan zaman, seperti penggunaan media baru guna untuk bersaing dengan media-media lainnya yang ada saat ini serta mencoba untuk mengikuti arus penyebaran informasi saat ini yang praktis dan aktual.

Radar Selatan dan Bengkulu Ekspres sudah mulai menggunakan media bantu di

era media baru, salah satunya menggunakan media yang berbasis online atau Rasselnews, pihak radar selatan sudah mengeluarkan hal baru yang berbasis online untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi yang dapat diakses melalui wibesite radar selatan seperti rasselnews.com. Hal ini juga yang menambah alasan dari peneliti untuk menganalisis Strategi Rasselnews dalam Persaingan Media Baru pada Radar Selatan.

Radar Selatan merupakan media cetak terbesar di daerah Bengkulu Selatan, sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana cara yang digunakan dari pihak Radar Selatan untuk mempertahankan eksistensi, serta mempertahankan pelanggan atau pembaca dari Radar Selatan yang dimana saat ini tengah bersaingnya era media baru, dikarenakan perusahaan media cetak terbesar di Provinsi Bengkulu seperti

## **KAJIAN TEORI**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa ialah komunikasi yang di lakukan lewat media, komunikasi yang yang melakukan penyiaran berita yang melalui media elektronik, media cetak. Komunikasi elektronik adalah telefisi, handphone,

yang dapat memberikan informasi dalam bentuk video visual. Sedangkan komunikasi massa media cetak misalnya majalah dan surat kabar.

Komunikasi massa berperang paling efektif untuk memberikan informasi dari orang yang akan memberikan informasi dengan orang yang akan di berikan informasi. Baik dalam komunikasi bag individu, komunikasi kelompok, maupun untuk komunikasi bagi masyarakat luas modern seperti sekarang komunikasi massa yang paling umum adalah komunikasi massa melalui media internet atau dengan media online.

### **Media Cetak**

Media Cetak atau disebut dengan koran atau media cetak lainnya merupakan media massa yang dalam pekerjaannya membutuhkan proses, dari sebuah kejadian wartawan lah yang sigap mengabadikan kejadian ataupun hal-hal yang menarik lainnya. Didalam surat kabar atau dikenal dengan sebutan koran terdapat tulisan-tulisan yang di hasilkan oleh pihak penulis berita atau disebut pihak wartawan. Dimana wartawan ini adalah pihak yang bertugas untuk menulis semua kejadian yang menarik yang terjadi langsung di lingkungan masyarakat.

Koran (dari bahasa Bel: Krant, dari bahasa Prancis *courant*) atau surat kabar adalah suatu penerbit yang berbentuk kertas ringan dan murah harganya untuk di cetak atau disebut Koran berisi perihal berita terupdate dalam berbagai macam topik. Topiknya dapat berupa politik, tawak rencana, kriminalitas, cuaca, olahraga. Surat kabar dapat berisi karikatur yang di jadikan bentuk sindiran dalam bentuk gambar yang berkaitan dengan kejadian-kejadian tertentu, seperti komik, hiburan dan lain-lainnya. (Effendy,1993:241).

### Media Baru

Media baru merupakan bentuk kemajuan yang pesat dan modern di masa saat ini salah satunya seperti media elektronik, media ini lebih memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi dalam waktu yang singkat. Media baru ini sudah di lengkapi dengan teknologi digital, sehingga pesan didistribusikan melalui satelit.

Menurut (Nadhya Abrar, 2003:17-18) menyebutkan bahwa kemajuan media komunikasi ada beberapa tahapan. Pertama komunikasi tulisan, Kedua komunikasi cetak, Ketiga telekomunikasi, dan terakhir komunikasi interaktif. Media baru ialah media yang sangat maju pada zaman komunikasi interaktif.

Menurut Ron Rice (dalam Setiawan. 2013:355-374) menjelaskan bahwa media baru ialah media teknologi komunikasi yang memfasilitasi penggunaanya untuk bisa berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan, yang terkait media komputer seperti Pc, Notebook atau mainframe.

### Teori Marketing Mix 7P

*Marketing Mix* merupakan hal yang sering digunakan oleh orang-orang yang menjalankan bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong, *Marketing Mix* adalah sekelompok faktor-faktor marketing, yang di gunakan oleh pihak pembisnis agar mencapai target penjualan yang diinginkan. Dalam marketing mix terdapat tujuh strategi pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion, People, Process, Physical Evidence*.

Strategi ini sangat memberikan keuntungan dalam manfaat bagi bisnis, apabila dapat melakukan keseluruhan dari teknik marketing mix secara maksimal dan dapat memiliki tingkat berkesinambungan pelaksanaanya yang bagus. Berkesinambungan tersebut adalah semua strategi yang ada dalam marketing mix dengan terus-menerus di gunakan, di evaluasikan hasilnya, dan perlu di benah lagi kedepanya apa bila ada kekurangan yang ada dalam pelaksanaanya

sebelumnya sampai mencapai tujuan pemasaran seperti yang di inginkan.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*). Lokasi penelitian ini di Manna, Jl. Fatmawati Bengkulu Selatan. Fokus penelitian ini adalah Analisis Strategi Raselnews dalam Persaingan Media Baru pada Radar Selatan. Teori yang digunakan adalah Teori Marketing Mix 7p melalui tujuh asumsi teori yaitu, *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidence*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi terhadap lingkungan yang berkaitan dengan judul peneliti, setelah observasi penelitian untuk mendapatkan informasi data yang di butuhkan dengan melalui wawancara kepada beberapa informan yang mengetahui langsung rumusan masalah peneliti, lalu baru dokumentasi sebagai bukti bilamana di butuhkan oleh peneliti. Untuk memperoleh sumber data penelitian maka peneliti harus mencari data dari data primer yang diperoleh dari wawancara kepada informan atau narasumber yang berkaitan dengan masalah peneliti. Untuk skunder data diperoleh melalui pihak ketiga seperti

literature, tulisan, dan dokumentasi sebagai perbandingan dari data yang diperoleh buku referensi, surat kabar, media elektronik atau website pemerintah daerah. Teknik analisis data memalui yaitu redukasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada Analisis Strategi Raselnews dalam persaingan media baru di Bengkulu Selatan, yaitu strategi apa yang di gunakan oleh pihak radar selatan agar Raselnews bisa menjadi unggul, mampu bersaing dan bisa menaikan eksistensinya di kalangan masyarakat Kota Manna.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian yang telah dilakukan di lapangan diketahui bahwa, Radar Selatan merupakan perusahaan media cetak terbesar di kabupaten Bengkulu Selatan, radar selatan juga mengeluarkan produk inovasi baru sebagai bentuk dari keunggulan dan pembedanya dari kompetitor lainnya, inovasi tersebut adalah web Raselnews sehingga pembaca dapat lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi, ide ini muncul dikarenakan perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat yang membutuhkan segala hal secara cepat dan instan.

Dengan adanya produk Rasselnews ini memudahkan para pembaca yang mungkin tidak sempat untuk membaca dari Koran Radar Selatan ini, entah dikarenakan kesibukan atau persoalan lainnya. Hal ini menjadikan Radar Selatan solusi bagi pembaca yang tidak sempat untuk membaca koran Radar Selatan ini. Sehingga hadirlah media baru Rasselnews di Radar Selatan.

Sedangkan mengenai *price* (harga) pada hasil wawancara dan observasi di lapangan, bahwa harga yang diterapkan oleh Radar Selatan ini bersifat gratis atau tanpa biaya, hanya cukup menggunakan kuota paket data dari *smartphone* pembacanya. Pemberian harga yang bebas biaya ini, dimaksudkan agar para pembaca nantinya mudah mengakses berita online dari Radar Selatan ini, dan tujuan awal dari adanya media baru ini memang untuk berbagi informasi bagi masyarakat Bengkulu Selatan maupun masyarakat yang ada disekitarnya. adalah merupakan faktor terpenting yang harus dilihat dan dipertimbangkan suatu perusahaan, terlebih lagi dalam pemasaran, biaya sangat penting. Karena harga harus diperhatikan oleh pihak perusahaan guna bisa membuat daya tarik bagi konsumen. Seperti halnya pada fokus penelitian ini yaitu berfokus pada Radar Selatan yang memperhatikan biaya untuk menjadi

senjata bagi pihak Radar Selatan. Diana Radar Selatan memberikan tarif harga yang lebih murah yaitu gratis atau bebas biaya.

Berdasarkan hasil penelitian observasi dan wawancara bahwa Rasselnews pada Radar Selatan sekarang ini dapat di akses diseluruh titik kota manna, tidak hanya di seluruh titik kota manna saja namun dapat di akses dimanapun kita berada, dikarena berbasis online. Karean tempat juga merupakan salah satu aspek terpenting dalam proses pemasaran dan pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal, juga produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dengan mudah mereka dapatkan. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan hal ini karena saluran distribusi menempati posisi krusial, terlebih lagi Bengkulu Selatan merupakan satu dari kabupaten yang berada di salah satu Provinsi Bengkulu yang besar dan memiliki persaingan yang cukup ketat.

Sedangkan *Promotion* adalah sebuah ajakan untuk membujuk konsumen agar mengandalkan produk ataupun jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang di lakukan peneliti di lapangan bahwa bentuk promosi yang di lakukan oleh pihak Radar Selatan menjelaskan bahwa berita online Radar

Selatan terus melakukan upaya promosi setiap harinya, upaya promosi yang dilakukan secara masif, dengan mengandalkan dua cara, secara manual dan virtual. Promosi yang dilakukan jasa transportasi online radar selatan secara manual melalui pemasangan spanduk, baliho, pamflet, serta link yang disertakan di koran cetak Radar Selatan, sedangkan secara virtual promosi yang dilakukan oleh Radar Selatan berita online melalui media sosial, seperti halnya website.

Selanjutnya *People* Merupakan hal utama pada industri jasa, dimana pembisnis membutuhkan sumber daya dengan penyelenggara yang bagus. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada beberapa informan bahwa saat melakukan perekrutan karyawan perusahaan Radar Selatan melakukan seleksi secara ketat dan sangat selektif, hal ini dilakukan guna menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dalam perusahaan ini. Selain itu perusahaan Radar Selatan juga menetapkan kriteria dalam melakukan perekrutan karyawan yaitu karyawan harus mampu menulis berita secara baik dan benar, memiliki ide/ kreatifitas yang tinggi, dan memiliki semangat serta motivasi kerja yang tinggi. Hal ini dilakukan guna menciptakan konten yang baik dan berkualitas dalam perusahaan ini.

Selain itu perusahaan Radar Selatan juga menetapkan kriteria dalam memasarkan produk mereka. Dikarenakan dalam persoalan pemasaran ini harus mengenal yang namanya target sasaran, agar mudah pihak Radar Selatan nantinya melakukan kegiatan promosi pada Radar Selatan ini.

Tidak hanya itu Process merupakan hal penting karena metode penyampaian jasa kepada konsumen sangat bergantung pada kualitas produk dan layanan jasa yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan bahwa dalam hal process berita online Radar Selatan mempublikasikan beritanya dengan sebuah website yang ada dan mudah diakses bagi siapapun. Selain itu proses pemasaran dilakukan dengan cara memperkenalkan produk ke masyarakat Bengkulu Selatan dengan menggunakan berbagai alat promosi, mulai dari spanduk, baliho, stiker, media sosial facebook.

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada penelitian ini dengan menggunakan unsur 7P dari asumsi teori marketing mix yang di populerkan (*Kodler dan Armstrong, 2016:2*), maka peneliti menguraikan bahwa pihak radar selatan menggunakan medium baru dalam proses pemasaran yang mereka lakukan, serta sekaligus sebagai media bagi radar selatan untuk bisa bersaing dengan media lainnya di era perkembangan zaman sekarang ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas juga, penggunaan asumsi teori 7P marketing mix ini berhubungan dengan apa yang digunakan dari pihak radar selatan, mulai dari adanya produk seperti *Boks Redaksi / Rasel*. Kemudian adanya persoalan *price* (Biaya) yang digunakan dalam produk tersebut, *place* (Tempat) yang menyinggung lokasi serta tempat untuk akses produknya, *promotion* (Promosi) yaitu tahapan untuk mempromosikan produk yang dilakukan oleh radar selatan, kemudian ada *people* (Orang) yaitu membahas masalah siapa target atau market dari produk radar selatan. *Process* (proses) membahas mengenai bagaimana proses dari radar selatan untuk menyajikan produk mereka kepada publik sehingga bisa mengakses dengan mudah, hingga *physical evidence* (Bentuk fisik) yaitu mengenai bagaimana bentuk dari produk yang mencirikan dari radar selatan dan nantinya dikenal oleh masyarakat yang mengaksesnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai adanya inovasi media baru pada radar selatan ini, lebih memfokuskan pada produk baru dari radar selatan, yaitu “Rasel News.com” adapun Rasel News.com ini merupakan salah satu langkah yang diambil dari pihak radar selatan yang memperluas jaringan massa dari pembaca radar selatan ini. Selain itu

selain fungsi Rasel News.com ini menurut Sahri Senadi sebagai upaya untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya serta melihat adanya perkembangan media saat ini yang sudah bersih instan.

Menurut Sahri Senadi, beliau menuturkan bahwa dengan adanya Rasel News.com ini juga bermanfaat bagi para pembaca, karena memudahkan mereka untuk bisa mengakses saat ini dengan menggunakan *smart phone* mereka. “Hadirnya Rasel News.com ini sebagai upaya dari perusahaan Radar Selatan untuk menarik perhatian dari pembaca setia Radar Selatan, kemudian disamping itu sebagai upaya kita Radar Selatan untuk bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang sudah mulai memperhatikan dan menggunakan media baru sebagai alat mereka, tutur dari Sahri Senadi.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian ini maka hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Strategi Radar Selatan Dalam Menghadapi Persaingan Media Baru Di Bengkulu Selatan menggunakan teori Marketing Mix 7p melalui tujuh asumsi teori yaitu, *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*, maka dapat di simpulkan bahwa dari segi produk perusahaan Radar Selatan

menawarkan media baru berbasis online yang di lengkapi dengan pelayanan lainnya sebagai bentuk pembeda dan keunggulannya, dengan menawarkan harga khusus/ memberikan harga yang lebih murah kepada pembacanya, dengan adanya media baru yang berbasis online yang dikeluarkan oleh pihak radar selatan tersebut, menjadikan masyarakat lebih mudah dalam mencari berita terkini hanya melalui *smartphone* mereka, untuk tempat sekarang radar selatan telah mengeluarkan media elektronik yang berbasis online, jadi untuk mengakses berita sekarang lebih mudah dan cepat hanya melalui media online,

Radar selatan juga berupaya mempromosikan sebuah produk ataupun jasa kepada konsumen menggunakan dua cara yaitu secara manual dan virtual, manual seperti pemasangan spanduk, baliho, pamflet, sedangkan virtual melalui media sosial seperti facebook dan website, radar selatan dalam perekrutan karyawan melakkan seleksi secara ketat dan sangat selektif, hal ini dilakukan guna untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkopetensi agar perusahaan radar selatan ini ada kemajuan dalam bersaing di era digital, dalam tata kelola layanan jasa atau kualitas produk itu sangatlah terikat pada proses penyampaianya jasa kepada konsumen, dalam hal ini berita online radar

selatan ini memublikasikan beritanya dengan website yang ada dan mudah diakses bagi siapapun, dan bentuk fisik juga sangat penting untuk di perhatikan oleh perusahaan, seperti halnya karakteristik yang menjadi nilai tambah bagi konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Sukidin. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia. Hal:2.
- Miles, B.Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP. Hal:16.
- Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP. Hal:17.
- Moleong, LexyJ. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya. Hal:112.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2002). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hal:35.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda karya. Hal:114.
- Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Remaja Rosda karya: Bandung. Hal:126.
- Rakhmat, Jalaluddin. (1995). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda karya. Hal:96.

Wright, Charles, R. (1992). *Sosiologi Komunikasi Massa*, Penyunting Jalaludin Rakhmat. Bandung: Remaja Karya