



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI BISNIS MEDIA DAERAH DALAM
MEMENANGKAN PERSAINGAN
SURAT KABAR DAERAH**

(Studi Kasus Surat Kabar Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)



TESIS

UNIVERSITAS
Oleh
MERCU BUANA

Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
NIM : 55211110080

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2013**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
2. NIM : 55211110080
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
6. Judul : Strategi Bisnis Media Daerah Dalam
Memenangkan Persaingan Surat kabar Daerah (Studi Kasus Surat kabar Pos
Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)

Jakarta, 16 Februari 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Mulyana. M.Si

Dr. Heri Budianto. M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBARAN TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Bisnis Media Daerah Dalam Memenangkan Persaingan Surat kabar Daerah (Studi Kasus Surat kabar Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)
2. Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
3. NIM : 55211110080
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 2 Maret 2013

Jakarta, 2 Maret 2013

MERCU BUANA
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Juwono Tri. A. M.Si (.....)
2. Penguji Ahli :
Dr. Farid Hamid. M.Si (.....)
3. Pembimbing I :
Dr. Ahmad Mulyana. M.Si (.....)
4. Pembimbing II:
Dr. Heri Budianto. M.Si (.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBARAN PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Bisnis Media Daerah Dalam Memenangkan Persaingan Surat kabar Daerah (Studi Kasus Surat kabar Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)
2. Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
3. NIM : 55211110080
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 9 Maret 2013

Jakarta, 9 Maret 2013

MERCU BUANA

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Juwono Tri. A. M.Si (.....)
2. Penguji Ahli :
Dr. Farid Hamid. M.Si (.....)
3. Pembimbing I :
Dr. Ahmad Mulyana. M.Si (.....)
4. Pembimbing II:
Dr. Heri Budianto. M.Si (.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBARAN PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Bisnis Media Daerah Dalam
Memenangkan Persaingan Surat kabar Daerah (Studi Kasus Surat kabar
Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)
1. Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
2. NIM : 55211110080
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
6. Tanggal : 9 Maret 2013

Jakarta, 9 Maret 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid. M.Si

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Mulyana. M.Si

Dr. Heri Budianto. M.Si

PERYATAAN

1. Judul :Strategi Bisnis Media Daerah Dalam Memenangkan Persaingan Surat Kabar Daerah (Studi Kasus Surat Kabar Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia)
2. Nama : Maksimus Ramses Lalongkoe
3. NIM : 55211110080
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 9 Maret 2013

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Maret 2013

Maksimus Ramses Lalongkoe

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan tuntunanNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis Strata-2 ini sebagai syarat mutlak mendapat gelar Magister Ilmu Komunikasi. Tesis dengan judul “STRATEGI BISNIS MEDIA DAERAH DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN SURAT KABAR DAERAH” (*Studi Kasus Surat kabar Pos Kupang, Kelompok Kompas Gramedia*), dapat diselesaikan tepat waktu tanpa ada halangan dan rintangan yang berarti.

Penentuan topik penelitian ini bermula dari pergumulan dan renungan peneliti selama ini yang pernah terlibat langsung dalam perusahaan Pers sebagai salah satu industri yang menjual informasi kepada publik. Dari hasil penelusuran peneliti baik secara langsung di lapangan maupun melalui studi dokumen ditemukan bahwa ternyata strategi bisnis media massa terutama media Surat Kabar saat ini sudah menggunakan strategi *multichannel* melalui pengelolaan konvensional (analog) dan pengelolaan modern (Konvergensi Media) dalam memenangkan persaingan pasar.

Topik ini juga dipilih kerana sangat relevan dengan konsentrasi jurusan yang dipilih peneliti yakni Media Industri dan Bisnis. Peneliti menyadari penulisan tesis ini berkat campur tangan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Atas jasa dan kebaikannya dari hati yang paling dalam penulis mengatitkan limpah terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid. M.Si, selaku Penguji Ahli dan sekaligus Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana, yang telah memberikan berbagai arahan, ketulusan dan tidak pernah mempersulit penulis dalam berbagai hal yang berhubungan dengan akademik.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana. M.Si, selaku pembimbing satu, yang dengan tulus, dan sabar memberikan bimbingan dan berbagi ilmu kapan dan di daman saja beliau berada sehingga penulis mendapat banyak masukan dan saran dalam penulisan tesis ini.
3. Bapak Dr. Heri Budianto. S.Sos. M.Si, selaku pembimbing kedua, yang juga dengan sabar, tulus memberikan bimbingan dan juga berbagi ilmu, motivasi dan spirit terhadap penulis dan juga terhadap para mahasiswa dalam menyelesaikan studi tepat waktu. Beliau merupakan sosok motivator yang memberikan banyak motivasi positif berbagai hal terhadap para mahasiswa pasca sarjana, khususnya terhadap penulis sehingga penulis merupakan salah satu mahasiswa tercepat dalam menyelesaikan studi S2.
4. Bapak Juwono Tri. A. M.Si, selaku ketua sidang yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan tesis ini.
5. Segenap para pengajar yang sudah memberikan banyak ilmu mulai dari semester satu penulis menempuh pendidikan sampai semester akhir. Penulis mendapatkan banyak pengetahuan dan ilmu baik yang berkaitan dengan ilmu komunikasi maupun pengetahuan akademis lainnya, karena

semua mereka merupakan pengajar-pengajar yang memiliki kapasitas dan kapabilitas di bidangnya.

6. Segenap staf administrasi Pasca sarjana Ilmu Komunikasi Mercu Buana, khususnya bapak Warso yang sudah melayani penulis dengan baik selama menempuh pendidikan strata dua.
7. Bapak Benni Dasman selaku penanggungjawab redaksi Pos Kupang dan semua stafnya yang juga berperan sebagai informen penelitian, yang sudah bersedia memberikan informasi, dan membantu peneliti untuk melakukan penelitian.

Secara khusus dan istimewa penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada, yang pertama, mama Maria Imaculata Hiwan dan bapak alm Gabariel Dolo yang sudah memberikan kekuatan dengan caranya masing-masing terhadap penulis. Kedua, terimakasih yang setinggi-tingginya kepada kakak tersayang, Fransiskus Sukmaniera yang sudah banyak berkorban baik materil maupun moril terhadap penulis selama penulis menempuh berbagai jenjang pendidikan, semoga kakak sekeluarga senantiasa diberi kesehatan dan rahmat yang berlimpah. Ketiga, terimakasih yang sebesar-besarnya kepada istriku tercinta Yurdania En Juma dan buah hatiku, Geovani Graciano Dolo yang dengan setia dan sabar mendukung serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan studi strata dua ini. Keempat, penulis menyampaikan limpah terimakasih yang tak terhingga kepada bapak Agustinus CH. Dula, yang juga sudah banyak memberikan dukungan materil bagi penulis, semoga Tuhan dapat membalas jasa dan kebaikan beliau.

Penulis juga mengucapkan limpah terimakasih yang sebesar-besarnya kepada, kakak Pius Syukur sek, kakak Maria Yasinta Since sek, kakak Agustinus Bung Duran Dolo sek, kakak Kornelis Demose Dolo sek, kakak Elisabet Gelora Dolo sek, adiku tercinta Katarina Kartini Dolo sek dan bapak Thomas Juma sek yang juga banyak memberikan dukungan materil dan dukungan moril kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan S2. Tanpa campurtangan dan dukungan mereka, penulis tidak mungkin bisa menyelesaikan studi ini. Dan masih banyak lagi orang-orang yang turutserta dalam menyelesaikan studi penulis dan tidak dapat sebutkan satu persatu, semoga bantuan mereka mendapat berkat yang berlimpah dari Sang Pencipta.

“Sukses itu Susah, Namun Lebih Susah Kalau Kita Gagal”



Jakarta, 9 Maret 2013

Penulis,

Maksim Ramses Lalongkoe

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>Abstract</i>	i
Abstrak.....	ii
Lembaran Persetujuan Sidang.....	iii
Lembaran Tanda Lulus Sidang.....	vi
Lembaran Pengesahan Perbaikan Tesis.....	v
Lembaran Pengesahan Tesis.....	vi
Pernyataan Keaslian/Orisinalitas Tesis.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar isi.....	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii

UNIVERSITAS
BAB I PENDAHULUAN
MERCU BUANA

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	15
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2. Manfaat Praktis.....	18

BAB II KAJIAN PUSTAKA dan KERANGKA

PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka.....	19
2.1.1. Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.2. Tinjauan Teoritis.....	24
2.1.2.1. Ekonomi Media.....	24
2.1.2.2. Konsep Inovatif Industri Media.....	34
2.1.2.3. <i>Competitive Strategy</i>	43
2.1.2.4. Strategi Pemasaran Dalam Industri Bisnis.....	52
2.1.2.5. Produk Berbasis Teknologi.....	61
2.1.2.6. Analisis SWOT.....	67
2.1.2.7. Konsep dan Implementasi Ekonomi Media.....	69
2.2. Kerangka Pemikiran.....	73

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian/Pengkajian Akademis.....	77
3.2. Paradigma Penelitian.....	77
3.3. Metode Penelitian.....	79
3.4. Subyek Penelitian.....	80
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.6. Teknik Analisa Data.....	84
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	88

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	90
4.1.1. Lokasi Penelitian.....	90
4.1.2. Sejarah Surat kabar Pos Kupang.....	92
4.1.3. Organisasi Pos Kupang.....	93
4.1.4. Gambaran Umum Bidang Pemberitaan Pos Kupang....	98
4.2. Hasil Penelitian.....	99
4.2.1. Gambaran Pos Kupang (Konvensional).....	100
4.2.2. Gambaran Pos Kupang.com (Digital).....	119
4.2.3. Analisa Data.....	132
4.2.3.1. Pengelolaan Konvensional.....	132
4.2.3.2. Pengelolaan Modern/Edisi Portal.....	145
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	153
5.3.1. Analisa Interpretasi Data Hasil Penelitian.....	153
5.3.1.1. Ekonomi Media.....	155
5.3.1.2. Strategi Pemasaran.....	157
5.3.1.3. Pengelolaan <i>Multichannel</i>	159
5.3.1.4. Konvergensi Media.....	160
5.3.1.5. Interpretasi Teoritis.....	168

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	174
5.2. Saran.....	176
5.2.1. Saran Teoritis.....	176
5.2.2. Saran Praktis.....	177
DAFTAR PUSTAKA.....	179

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran Pedomaan Wawancara

Lampiran Transkrip Wawancara

Lampiran Surat Keputusan Bimbingan

Lampiran Surat Hasil Penelitian

RIWAYAT HIDUP

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL**Halaman**

1.1.Oplah Ketiga Surat Kabar.....	7
2.1. Penelitian Tedahulu.....	21
4.1.Rubrik Masing-Masing Etalase.....	106
4.2. Harga Iklan Pos Kupang.....	108
4.3. Oplah Pos Kupang.....	112
4.4. Lokasi Persebaran Pos Kupang.....	116
4.5. Bentuk-bentuk Pengelolaan Pos Kupang (1992-2012).....	131
4.6.Ciri-ciri Konvensional dan Konvergensi.....	173



DAFTAR GAMBAR	Halaman
5.2.1. Saran Teoritis.....	173
2.1. Model Rumusan Strategi Bersaing.....	44
2.2. Model Pesaing Dalam Industri.....	45
2.3. Model 4P Bauran Pemasaran.....	61
2.4. Bagan Alur Kerangka Pemikiran.....	76
3.1. Model Sugiyono Proses Analisa Data Penelitian....	87
4.1. Struktur Organisasi Pos Kupang.....	94
4.2. Pos Kupang Tahun 1992-2005.....	100
4.3. Pos Kupang Tahun 2006-2010.....	101
4.4. Pos Kupang Tahun 2011-Sekarang.....	103
4.5. Rata-rata Oplah Pos Kupang.....	112
4.6. Saluran Distribusi Pos Kupang.....	113
4.7. Pos Kupang.com.....	122
4.8. Pos Kupang.com-Face Book.....	122
4.9. Pos Kupang.com-Twitter.....	123
4.10. Pos Kupang.com-Mobile Version.....	123
4.11. Pos Kupang.com-Game Online.....	123
4.12. Pos Kupang.com-Forum.....	124
4.13. Pos Kupang.com RSS Feeder.....	124
4.14. Pos Kupang.com-Epaper.....	124
4.15. Pengelolaan Media <i>Multichannel</i>	172