

STRATEGI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN RADAR SARKO

(2006 – 2013)

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
(S.Pd)*



Oleh :

**IVA SULIA
BP/NIM : 2010/55207**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SEJARAH

JURUSAN SEJARAH

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2015

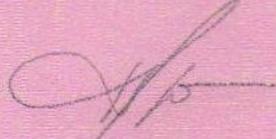
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN RADAR SARKO
(2006-2013)**

Nama : Iva Sulia
BP/NIM : 2010/55207
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

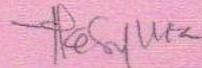
Padang, 01 Mei 2015

Pembimbing I,



Hendra Naldi, SS, M.Hum
NIP.196903232006042001

Pembimbing II,



Ike Sylvia, S.IP, M.Si
NIP.197706082005012002

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan Sejarah



Hendra Naldi, SS., M.Hum
NIP.196903232006042001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

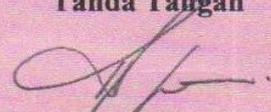
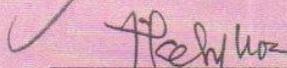
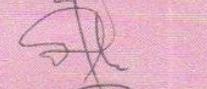
**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sejarah Jurusan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Hari Jumat, 01 Mei 2015**

**STRATEGI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN RADAR SARKO
(2006-2013)**

**Nama : Iva Sulia
BP/NIM : 2010/55207
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial**

Padang, 01 Mei 2015

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Hendra Naldi, SS., M.Hum	 _____
2. Sekretaris	: Ike Sylvia, S.IP, M.Si	 _____
3. Anggota	: Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum	 _____
4. Anggota	: Drs. Zul Asri, M.Hum	 _____
5. Anggota	: Drs. Etmi Hardi, M.Hum	 _____

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tanda dibawah ini :

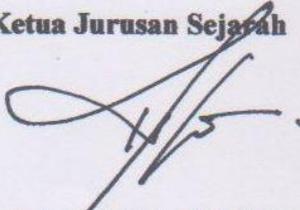
Nama : Iva Sulia
BP / NIM : 2010 / 55207
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul Strategi Pemasaran Surat Kabar Harian Radar Sarko (2006-2013) adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain (plagiat). Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademik maupun hukum sesuai ketentuan yang berlaku, baik di institusi Universitas Negeri Padang maupun masyarakat dan negara. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Mei 2015

Diketahui Oleh:

Ketua Jurusan Sejarah



Hendra Naldi, SS.M.Hum
NIP. NIP.196903232006042001

Saya Menyatakan,



Iva Sulia
55207/2010

ABSTRAK

IVA SULIA.2010/55207.(SKRIPSI): STRATEGI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN RADAR SARKO (2006-2013). Jurusan Sejarah, Fakultas Ilmu –Ilmu Sosial (FIS), Universitas Negeri Padang (UNP), 2015.

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Pemasaran Surat Kabar Harian Radar Sarko (2006-2013). Keberhasilan surat kabar ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. *Pertama* keunikan kasus ini adalah munculnya Radar Sarko sebagai salah satu media cetak pertama di kabupaten Merangin dalam bentuk surat kabar harian daerah yang fokus kepada berita lokal di kabupaten saja, hal ini berbeda dengan surat kabar daerah yang terbit untuk skala provinsi, misalnya : Jambi Independent dan Jambi Ekspres. *Kedua* sebagai surat kabar yang tergolong baru, Radar Sarko berhasil merebut segmen pasar di lima kabupaten dan satu kota. *Ketiga* penelitian mengenai surat kabar harian untuk skala kabupaten masih sangat minim, terutama Radar Sarko belum pernah diteliti sebelumnya.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah strategi pemasaran Radar Sarko di Kabupaten Merangin sejak tahun 2006 hingga 2013?

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data-data dari berbagai sumber, baik primer maupun sekunder. Selain dokumen seperti arsip pemerintah dan arsip lembaga surat kabar harian Radar Sarko, data ini juga diperkuat dengan data lisan, wawancara dengan beberapa tokoh pers Kabupaten Merangin, Pimpinan dan karyawan dan beberapa pembaca yang menjadi pelanggan surat kabar ini. Sumber sekunder yang dipakai berupa buku-buku, koran, majalah, yang relevan dengan penelitian ini.

Dari penelitian ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa latar belakang munculnya surat kabar daerah seperti Radar Sarko didasari pada tuntutan masyarakat yang juga memerlukan informasi khusus didaerahnya sendiri. Jika selama ini media Indonesia cenderung menjadikan daerah sebagai informasi pusat, dan mengabaikan hak kebebasan pers daerah menggunakan informasinya sendiri untuk masyarakatnya, maka pada era Reformasi daerah memiliki kewenangan dalam wujud otonomi daerah untuk mengatur daerahnya sendiri sehingga membuka peluang bagi pelaku bisnis media cetak untuk memanfaatkan momentum kebebasan dengan melahirkan pers daerah. Kemudian dapat dilihat keberhasilan surat kabar harian Radar Sarko sebagai surat kabar harian pertama di Kabupaten Merangin merupakan buah dari strategi pemasaran yang digunakan oleh pemimpin redaksi dalam merebut segmen pasar melalui tahapan-tahapan yang terstruktur mulai dari pemerintahan beserta jajaran SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), masyarakat dari seluruh profesi dan usia, serta kegiatan sosial yang akhirnya menjadikan pertahanan yang kuat bagi Radar Sarko untuk tetap menjaga eksistensinya sebagai surat kabar lokal Kabupaten Merangin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Surat Kabar Harian Radar Sarko (2006-2013)”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sejarah di Jurusan Sejarah.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat sumbangan pikiran, ide, bimbingan, dorongan, serta motivasi yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Hendra Naldi, SS., M.Hum., selaku pembimbing I dan Ibu Ike Sylvia, S.IP., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam memberikan bimbingan, arahan, saran-saran dan motivasi yang sangat berharga selama dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum., Bapak Drs. Zul Asri, M.Hum., dan Bapak Drs. Etmi Hardi, M.Hum., sebagai kontributor/penguji yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran-saran, arahan dan koreksi selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hendra Naldi, SS., M.Hum., selaku ketua jurusan sejarah, dan Bapak Drs. Etmi Hardi, M.Hum., selaku sekretaris jurusan sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang atas bantuan dan arahan yang telah beliau berikan.
4. Bapak/Ibu dosen Program Studi Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Padang, yang telah menambah wawasan di bidang ilmu pendidikan.
5. Bapak/Ibu di Kantor KESBANGPOL yang telah mengizinkan dilaksanakannya penelitian di Kabupaten Merangin dan memberikan bantuan serta masukan demi kelancaran pelaksanaan penelitian.
6. Bapak/Ibu Kepala dan staf di Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Merangin, Bapak/Ibu Kepala dan staff di Perpustakaan dan Kearsipan Kantor

Bupati Merangin, serta Bapak/Ibu dari PWI Kabupaten Merangin dan tokoh masyarakat setempat yang telah bersedia memberikan bantuan berupa data-data dan dokumen bagi kelancaran penelitian ini.

7. Bapak/Ibu Pemimpin/Karyawan di Kantor Harian Radar Sarko yang telah bersedia memberikan banyak bantuan dan masukan bagi penelitian ini.
8. Teristimewa untuk kedua orangtua yang telah memberikan arahan dengan sabar, membimbing dan memberikan dorongan serta doa, kakak-kakak dan adik-adik yang senantiasa memberikan doa dan semangat dalam menempuh pendidikan.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah 2010 dan teman-teman seiring sejalan yang senantiasa ada dan memberikan dukungan, semangat, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu, yang dalam kesempatan ini tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga segala bantuan yang telah Bapak/Ibu berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari-Nya. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan. Amin Ya Rabbal Alamin.

Padang, Mei 2015

Penulis

IVA SULIA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka/ Kerangka Konseptual	7
E. Metode penelitian.....	18
F. Sistematika Penulisan	21
BAB II MERANGIN DALAM LINTASAN SEJARAH	
A. Gambaran Umum Kabupaten Merangin	23
B. Munculnya Pers di Kabupaten Merangin.....	34
BAB III STRATEGI PEMASARAN SURATKABAR HARIAN RADAR SARKO	
A. Strategi Radar SarkoMembangun Kerjasama di Kabupaten Merangin (2006-2010).....	47
B. Strategi Radar Sarko Membangun Citra (2010-2013)	57
C. Manajemen Redaksi Harian Radar Sarko(2006-2013)	66
D. Sumber Daya Manusia di Harian Radar Sarko (2006-2013)	76
E. Tanggapan Masyarakat Terhadap Harian Radar Sarko	85
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	91
C. DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Surat kabar milik Jawa Pos Grup di Provinsi Jambi	3
Tabel 2	Perbandingan wilayah Edaran Tahun 2013 untuk Surat kabar Harian yang ada di Jambi Wilayah Barat	4
Tabel 3	Nama Kecamatan dan Luas Wilayah Kabupaten Merangin	24
Tabel 4	Jumlah Penduduk Kabupaten Merangin dari tahun 2006-2013	33
Tabel 5	Nama Bupati Kabupaten Merangin dan Periode Jabatan tahun 1965 – 2013	35
Tabel 6	Surat Kabar yang ada di Merangin era Orde Baru	39
Tabel 7	Surat kabar Harian Provinsi Jambi	42
Tabel 8	Surat Kabar Harian Kabupaten	43
Tabel 9	Surat kabar Mingguan Lokal Kabupaten Merangin	43
Tabel 10	Surat kabar Mingguan Provinsi Jambi	44
Tabel 11	Daftar Pemimpin Redaksi Radar Sarko 2006-2013	53
Tabel 12	Persentase Jumlah Tiras yang didistribusikan Ke Beberapa Kabupaten	74
Tabel 13	Daftar Agen Harian Pagi Radar Sarko Tahun 2013	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo Radar Sarko tahun 2006	56
Gambar 2	Logo Radar Sarko 2009	56
Gambar 3	Program amal Radar Sarko yang dicetak dalam kolom iklan	62
Gambar 4	Tampilan <i>Headline</i> Radar Sarko	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Struktur Organisasi PT. Wahana Semesta Sarko	52
Bagan 2 Struktur Harian Radar Sarko	78

DAFTAR GRAFIK

Gambar 1 Periode Perkembangan Surat Kabar Harian Radar Sarko	65
--------------------------------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era reformasi memberikan banyak perubahan dalam kehidupan bangsa Indonesia. Salah satu aspek yang mengalami kemajuan adalah peran pers dan media massa.¹ Bisa dikatakan pada era inilah Indonesia menemukan jati dirinya setelah sekian lama terperangkap dalam kepemimpinan pemerintahan Orde Baru, seperti di banyak negara lainnya, pers dimasa itu dijadikan sebagai alat bagi penguasa untuk mengendalikan konflik sosial.²

Pengertian pers masa reformasi ditandai oleh esensi/semangat kebebasan mengolah/menganalisis/mempublikasikan peristiwa sebagai amanat dan konstitusi/UUD 1945 yang tertuang dalam UU No.40 Tahun 1999.³ Keberimbangan pemberitaan antara pusat dan daerah sangatlah penting. Selama ini media Indonesia cenderung menjadikan daerah sebagai informasi pusat, dan mengabaikan hak kebebasan pers daerah menggunakan informasinya sendiri untuk masyarakatnya.

Tuntutan dari daerah-daerah tentunya memerlukan wadah atau tempat untuk menyalurkannya. Seiring dengan perkembangan zaman, maka saat ini banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik sebagai

¹Media massa terdiri dari dua kata yaitu media dan massa. Media artinya alat komunikasi, sedangkan massa kependekan dari masyarakat. Jadi pengertian media massa adalah alat komunikasi yang boleh dimanfaatkan oleh semua orang, yang terdiri empat bentuk yaitu surat kabar, majalah, tabloid, bulletin dan buku. Totok Djuroto.2000.*Manajemen Penerbitan Pers*.Bandung: Remaja Rosdakarya. hal 9

² Deddy Mulyana, *Komunikasi Massa*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2008

³ Tajuk Rencana Padang Ekspres 21 Februari 2010. Dalam Skripsi Aidil Putra *Surat Kabar Haluan (1948-2010)*.Fakultas Ilmu Sosial (UNP).

wadah penyaluran informasi yang berasal dari daerah, sehingga informasi yang ada menjadi beragam. Berkembangnya media massa yang berasal dari daerah tersebut tentunya banyak membawa keuntungan, selain informasi menjadi beragam daerah tersebut juga menjadi berkembang. Harus diakui memang media massa telah membawa banyak perubahan dalam masyarakat.

Grup Jawa Pos merupakan salah satu media nasional yang terbesar di Indonesia juga menyadari akan pentingnya memberi wadah khusus bagi masyarakat di daerah. Selanjutnya Jawa Pos berusaha mengembangkan sayapnya ke berbagai daerah terutama ke beberapa wilayah di Sumatera. Dengan menerbitkan koran yang dinamai RADAR, sedangkan nama yang ada dibelakang Radar diambil dari nama daerah masing-masing sehingga bermunculan surat kabar dengan nama Radar Bogor, Radar Solo, Radar Surabaya dan lain-lain sebagainya. Isi dari berita-berita tersebut mengutamakan berita dari daerah masing-masing. Hal ini merupakan suatu bentuk kepedulian dari Jawa Pos yang berusaha untuk menampung suara-suara dari daerah yang tidak tersalurkan. Tentunya ini membawa keuntungan tersendiri bagi masyarakat karena mereka bisa menikmati berita lokal dan nasional dalam satu koran.⁴

Sejalan dengan hal tersebut di Jambi pun mulai bermunculan surat kabar lokalmilik Jawa Pos Grup yang namanya sudah mendominasi industri surat kabar di Jambi. Sampai saat ini, setidaknya ada 14 harian pagi dibawah naungan Jawa Pos Group.

⁴*Wawancara* dengan Pimpinan Redaksi Harian Pagi Radar Sarko, Nanang Sobirin, S.Sos, Senin, 24 Februari 2014 di Kantor Harian Pagi Radar Sarko Pukul 16.00 WIB.

Tabel 1
Daftar SuratKabar Milik Jawa Pos Grup Di Provinsi Jambi

No	Nama SuratKabar	Tahun terbit	Fokus Berita
1	Jambi Independent	1995	Umum
2	Jambi Ekspres	1999	Umum
3	Pos Metro Jambi	2002	Kriminal
4	Bungo Pos	2004	Umum
5	Radar Sarko	2006	Umum
6	Radar Tanjab	2006	Umum
7	Radar Bute	2007	Umum
8	Radar Kerinci	2007	Umum
9	Kerinci Pos	2007	Umum
10	Jambi Star	2008	Umum
11	Sarolangun Ekspres	2007	Umum
12	Merangin Ekspres	2009	Umum
13	Batanghari Ekspres	2009	Umum
14	Timur Ekspres	2009	Umum

*Sumber : Artikel Jawa Pos Group Dominasi Koran di
Jambi, <http://simpanglima.wordpress.com>*

Banyaknya surat kabar yang diterbitkan di Jambi didominasi oleh grup Jawa Pos. Rata-rata suratkabar ini terbitan harian dengan tema umum. Dari tabel diatas, salah satu suratkabar daerah Jawa Pos yang diterbitkan di Merangin adalah Radar Sarko. Radar Sarko merupakan cabang dari Jambi Independent yang berada di Kabupaten Merangin. Dikelola oleh PT. Wahana Semesta Sarko yang merupakan anak dari Jawa Pos National Networking (JPNN). Radar Sarko resmi diterbitkan di Bangko pada tanggal 25 Juli 2006. Saat pertama terbit, suratkabar Radar Sarko dicetak sebanyak 600 eksemplar, melihat semakin tingginya minat baca masyarakat terhadap suratkabar ini, barulah pada tahun 2007 oplahnya mulai mengalami peningkatan sebanyak

1000 eksemplar, begitupun dengan wilayah edarannya yang sudah mulai merambat ke daerah lain.

Tabel 2
Perbandingan wilayah Edaran Tahun 2013 untuk Surat Kabar Harian yang ada di Jambi Wilayah Barat

No	Nama SuratKabar / Kabupaten	Tahun Terbit	Wilayah Edaran
1.	Bungo Pos (Muaro Bungo)	2004	Muaro Bungo, Tebo,Merangin
2.	Radar Sarko (Merangin)	2006	Muaro Bungo, Merangin, Tebo, Sarolangun, Kerinci,Sungai Penuh
3.	Radar Bute (Muaro Bungo dan Tebo)	2006	Muaro Bungo,Tebo dan Merangin
4.	Kerinci Pos (Kerinci)	2007	Kerinci, Sungai Penuh, Merangin
5.	Radar Kerinci (Kerinci)	2007	Merangin, Sungai Penuh, Kerinci
6.	Sarolangun Ekspres (Sarolangun)	2008	Sarolangun, Merangin
7.	Merangin Ekspres (Merangin)	2011	Merangin, Sarolangun

Sumber : Bagian Humas Infokom Setda Merangin

Berdasarkan tabel yang dijelaskan di atas, terlihat bahwa Distribusi Radar Sarko terluas jika dibandingkan harian lainnya di Jambi Wilayah Barat,distribusi tersebut mencakup lima kabupaten dan satu kota di Jambi Wilayah Barat, yaitu Merangin,Sarolangun, Tebo,Muaro Bungo, Kerinci dan Kota Sungai Penuh.

Sejauh penulis ketahui, penelitian yang mengkaji tentang media massa surat kabar sudah ada yang menulisnya, seperti skripsi yang ditulis oleh Reka Seprina, yang menuliskan tentang “*Perkembangan Surat Kabar Terbitan Kerinci Masa Reformasi (1998-2008)*” dalam skripsi ini penulis

menggambarkan bagaimana perkembangan dari pers yang ada di Kerinci yang mulai berkembang pada awal reformasi dan mulai menurun pada tahun 2008.

Kemudian penelitian yang mengkaji tentang media massa surat kabar juga ditulis oleh Novi Maizar yang mencoba melihat "*Pers Di Sumatera Barat : Studi tentang Singgalang 1968-1998*". Dalam skripsi ini memperlihatkan bagaimana perkembangan pers di Sumatera Barat (Surat Kabar Singgalang) di masa Orde Baru yang mengalami perkembangan yang pesat tanpa mengalami pembredelan dan menempatkan diri sebagai media informasi sekaligus aspirasi rakyat.

Fenomena yang telah dijelaskan diatas membuat peneliti merasa tertarik untuk mengangkatnya kedalam bentuk skripsi yaitu tentang "*Bagaimana perkembangan Surat Kabar Harian Radar Sarko (2006-2013)*" dilihat dari perspektif sejarah. Keberhasilan surat kabar ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. *Pertama* keunikan kasus ini adalah munculnya Radar Sarko sebagai salah satu media cetak pertama di Kabupaten Merangin dalam bentuk surat kabar harian daerah yang fokus kepada berita lokal di kabupaten saja, hal ini berbeda dengan surat kabar daerah yang terbit untuk skala provinsi, misalnya : Jambi Independent dan Jambi Ekspres. *Kedua* sebagai surat kabar yang tergolong baru, Radar Sarko berhasil merebut segmen pasar di lima kabupaten dan satu kota. *Ketiga* penelitian mengenai surat kabar harian untuk skala kabupaten masih sangat minim, terutama Radar Sarko belum pernah diteliti sebelumnya.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka dalam tulisan ini perlu dibuat pembatasan kajian, tempat, dan waktu. Dalam batasan spatialnya adalah surat kabar Radar Sarko yang diterbitkan di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi.

Sementara sebagai batasan temporalnya adalah tahun 2006 – 2013, karena pada tahun 2006 merupakan awal lahirnya surat kabar Radar Sarko, sedangkan tahun 2013 adalah masa perkembangannya yang masih berjalan hingga saat ini.

Untuk memudahkan pembahasan, maka penulis mengarahkan tulisan ini dengan rumusan permasalahan yaitu **“Bagaimanakah strategi pemasaran Radar Sarko di Kabupaten Merangin sejak tahun 2006 hingga 2013?”**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka secara garis besar penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan perkembangan surat kabar harian Radar Sarko sejak tahun 2006 sampai 2013.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, menambah wawasan dan pengetahuan akademis bagi mahasiswa tentang perkembangan surat kabar harian Radar Sarko di Merangin sejak tahun 2006-2013.

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi atau masukan bagi khalayak umum tentang surat kabar khususnya mengenai perkembangan surat kabar harian Radar Sarko di Merangin sejak tahun 2006-2013.

2. Manfaat

- a. Secara teoritis, memperkaya penulisan sejarah pers secara umum dan menggambarkan khasanah sejarah pers lokal secara khusus.
- b. Secara akademis, masukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji masalah-masalah yang berkaitan dengan pers di Merangin
- c. Secara praktis, menambah pengetahuan penulis tentang sejarah pers yang ada di Merangin umumnya dan surat kabar harian Radar Sarko khususnya.

D. Tinjauan Pustaka/ Kerangka Konseptual

1. Studi relevan

Sejauh yang diketahui oleh penulis sampai saat ini, tulisan yang dengan konprehensif membahas mengenai perkembangan surat kabar harian Radar Sarko belum ada yang menulis. Walaupun ada yang menyinggung, tapi untuk tempat, waktu dan karakteristiknya sangatlah berbeda dan biasanya juga mencakup hal yang lebih luas, tentang pers secara nasional atau tentang perkembangan pers di daerah lain. Akan tetapi, dari beberapa tulisan yang ditemukan ada beberapa sumber karya tulis (buku dan skripsi) yang mengungkapkan mengenai tema tersebut yang dapat dijadikan perbandingan

oleh penulis tentang sejauh mana masalah yang akan dibahas dalam tulisan ini, yaitu:

Pertama buku yang ditulis Hendra Naldi tentang “*Booming Surat Kabar di Sumatra’s Westkus*” yang di terbitkan oleh Ombak, Yogyakarta tahun 2008. Di dalam buku ini membahas tentang proses modernisasi yang terjadi di Sumatera Barat yang akhirnya melahirkan Pers daerah khususnya surat kabar pada masa Kolonial Belanda dari tahun 1900-1930.

Kedua skripsi yang ditulis oleh Reka Seprina pada tahun 2011 yang mengangkat masalah “*perkembangan surat kabar terbitan kerinci masa reformasi (1998-2008)*”. Dalam penelitian ini melihat perkembangan surat kabar yang ada dikerinci sejak lahirnya reformasi.

Ketiga skripsi yang ditulis oleh Novi Maizar yang mencoba melihat “*Pers Di Sumatera Barat : Studi tentang Singgalang 1968-1998*”. Dalam skripsi ini memperlihatkan bagaimana perkembangan pers di Sumatera Barat (surat kabar Singgalang) di masa Orde Baru yang mengalami perkembangan yang pesat tanpa mengalami pembredelan dan menempatkan diri sebagai media Informasi sekaligus aspirasi rakyat.

Keempat skripsi Regina Febriani Junaidi “*Harian Posmetro Padang : Surat Kabar Kriminal di Kota Padang (2001–2013)*”. Skripsi ini mengangkat masalah Harian Posmetro Padang yang hadir sebagai koran harian pertama dengan fokus pemberitaanya mengenai tindak kriminal di Sumatera Barat khususnya Kota Padang dengan memilih sagmen menengah kebawah.

2. Kerangka Konseptual

Komunikasi adalah terjadinya pertukaran pesan antara dua belah pihak. Disamping itu komunikasi juga diartikan sebagai proses dimana pesan-pesan ditransfer dari suatu sumber kepada si penerima, dan si sumber mentransfer pesan-pesannya dengan tujuan merubah tingkah laku dari si penerima, namun si sumberpun bisa berubah tingkah lakunya sebagai umpan balik yang diterimanya dari si penerima.⁵ Disamping itu, komunikasi juga merupakan suatu proses penyampaian (penerimaan) informasi berupa lambang yang mengandung arti atau makna sampai menjadi milik bersama.⁶

Salah satu alat komunikasi yang sangat berperan penting dalam menyukseskan proses komunikasi adalah pers. Secara etimologis, kata *Pers* (Belanda), *Press* (Inggris), *presse* (Perancis) yang berarti “tekan” atau “mencetak” atau “cetak”. Definisi terminologinya media massa cetak, yang di singkat media cetak. Bahasa Belandanya *drukpers* atau *pers*, bahasa Inggrisnya *Printed e=media* atau *printing press* atau *press*. Istilah pers sudah lazim diartikan surat kabar (*newspaper*) atau majalah (*Magazine*).⁷

Surat kabar merupakan sub sistem dari sistem komunikasi yang mempunyai fungsi komunikatif, sebagai pesan dan Informasi dari segala macam dan bentuknya kepada masyarakat.

⁵ Abizar, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: P2LPTK 1988), hal.2-3.

⁶ Umar Suwito, *Komunikasi Untuk Pembangunan*, (Jakarta: P2LPTK 1986), hal.3.

⁷ A.Muis, *Titian Jalan Demokrasi Peranan Pers Untuk Budaya Komunikasi Politik* (Jakarta: Penerbit Harian Kompas 2000), hal.Xvii.

Sebagai salah satu media massa,⁸ media pers ini berperan sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara serentak pada khalayak banyak, yang berbeda-beda dan terdapat atau tersebar di berbagai tempat.⁹ Selain itu media pers juga berperan sebagai penghubung masyarakat dalam berkomunikasi melalui media tulisan dan gambar baik surat kabar, majalah, tabloid, maupun yang lainnya. Karena sifatnya massal yang digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat, maka media pers tersebut memiliki sifat-sifat sebagai berikut :¹⁰

- 1) Umum, terbuka bagi semua orang, tidak hanya antara orang tertentu.
- 2) Heterogen, komunitasnya terdiri dari bermacam-macam manusia, tidak terbatas pada kelompok atau golongan tertentu
- 3) Simultan, kontak yang dilakukan dengan sejumlah besar orang dalam jarak dan waktu yang sama atau hampir sama.
- 4) Non-pribadi, hubungan antara komunikator dengan komunikan tidak mesti saling mengenal.

Media Pers yang merupakan sumber Informasi dan bertujuan untuk mempengaruhi komunikannya terdiri dari 2 jenis yaitu pers cetak dan pers elektronik. Pers cetak meliputi surat kabar, majalah dan buku, sedangkan pers

⁸ Media massa secara teoritis memiliki fungsi sebagai saluran informasi, saluran pendidikan, dan saluran pendidikan. Efek lain yang ditimbulkan tidak hanya memengaruhi perilaku seseorang, namun juga dapat memengaruhi sistem-sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat. Uchjana Onong Effendy. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hal 315.

⁹ Andre A Hardjana. 1996. *Kecenderungan Budaya Masa Kini*. Jakarta: Universitas Atmajaya. Hal 26.

¹⁰ Ibid hal 2.

elektronik berupa radio, film dan tv. Sementara jika dilihat dari segi cakupan wilayahnya yaitu media pers internasional, media pers nasional, dan media pers daerah atau lokal.

Tulisan ini berfokus pada media pers cetak terbitan lokal yang bersifat kedaerahan yang disebut pers cetak daerah berupa surat kabar,¹¹ khususnya terbitan Kabupaten Merangin yang keberadaannya dibutuhkan oleh masyarakat merangin.

Menurut Idris Shaffat surat kabar berisi berita-berita yang menyangkut ruang lokal, daerah, nasional dan internasional. Permasalahan yang di sajikan mencakup berita-berita ekonomi, sosial-budaya, pendidikan, kriminalitas, olahraga dan lain-lain.pers cetak ini memberikan informasi dan berusaha menyuguhi pembacanya dengan peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi baik berita-berita yang sudah lalu dan juga yang akan datang, termasuk didalamnya advertensi atau iklan, biasanya diterbitkan dengan kertas yang relatif murah yang disebut *newsprint*, sebagai surat kabar memuat editor yang berisi kolom tentang pendapat pribadi penulis, iklan, komik, kupon dan sebagainya.¹²

Kandungan isi dari surat kabar daerah berupa berita yang mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat

¹¹Surat Kabar yaitu suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuat, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik yang berupa even politik, kriminalitas, olah raga, tajuk rencana, cuaca, iklan, dan kadang juga berisi kartun, TTS dan hiburan lainnya. Kartini Rosmala.2009. *Sejarah Buku, Majalah dan Surat Kabar*. Bekasi: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bahasa dan Sastra, Universitas Islam "45". Hal 13

¹² Saffat Idris. "*Kebebasan, Tanggung Jawab dan Penyimpangan Pers*".Jakarta:Prestasi Pustaka.2008. Hal 6

yang mana surat kabar itu dikelola. Menurut Andre A Hardjana ciri-ciri Surat kabar daerah yaitu:¹³

- 1) Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat.
- 2) Isinya mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat
- 3) Isinya sangat mementingkan berita berbagai peristiwa, kegiatan, masalah, dan persoalan tokoh-tokoh dari masyarakat setempat.
- 4) Khalayak dari surat kabar lokal umumnya kurang bervariasi dalam struktur atau diferensiasi sosial bila dibandingkan dengan khalayak surat kabar nasional.

Surat kabar memiliki kategori yakni yang terbit setiap hari yang disebut surat kabar harian (*daily newspaper*) isinya terdiri dari berita-berita yang terjadi selama 24 jam dan lanjutan dari berita yang telah lalu yang masih menjadi topik hangat dalam pemberitaan tersebut. Adapula yang terbit setiap minggu yang disebut surat kabar mingguan dan yang terbit setiap bulan disebut surat kabar bulanan. Semuanya bertujuan memberikan informasi kepada pembacanya tentang berbagai peristiwa dan beberapa kejadian penting dan penyajian beritanya sangat erat dengan pembaca.¹⁴

Menurut Karl Baschwitz yang dikutip oleh Otong Uchjana Efendy syarat-syarat surat kabar yaitu :¹⁵

- 1) Publisitas (*Publicity*), yaitu isinya harus terbuka bagi siapa saja, tidak hanya untuk orang tertentu atau sekelompok saja.
- 2) Periodesitas (*Periodicity*), yaitu terbitnya harus teratur, kalau harian pagi harus terbit setiap pagi, kalau harian harus terbit setiap hari , kalau mingguan harus terbit setiap minggu dan seterusnya.

¹³ Andre A Hardjana. 1996. *Media Massa dan Kebudayaan Daerah*. Jakarta: Dirjen Kebudayaan. Hal 26

¹⁴ Ibid hal 6

¹⁵ Uchjana Onong Effendy. 1986. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni. Hal 91

- 3) Universalitas (*Universality*), yaitu isinya harus meliputi semua persoalan dan tidak hanya mengenai satu persoalan saja.
- 4) Aktualitas (*Actuality*), yaitu isinya harus aktual dan belum pernah dimuat sebelumnya, setidaknya-tidaknya para pembaca surat kabar tersebut belum pernah disajikan berita itu.
- 5) Kontinuitas (*Continuity*), yaitu berita-berita mengenai peristiwa yang masih sedang berlangsung harus dimuat lanjutannya dan penerbitannya juga harus berkesinambungan.

Surat kabar sebagai salah satu media komunikasi massa mempunyai peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Ini didasarkan pada asumsi yang didukung oleh beberapa alasan, sebagai berikut :¹⁶

- 1) Merupakan industri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dan masyarakat.
- 2) Merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan dan sumberdaya lainnya.
- 3) Merupakan alat yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan masyarakat baik yang bertaraf lokal/daerah, nasional, maupun internasional.
- 4) Berperan sebagai wahana pengembangan budaya dalam bentuk seni, simbol, gaya hidup, ide-ide dan gagasan serta norma-norma.

¹⁶ Denis MC Quail. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Terjemahan Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga. Hal 3

- 5) Menjadi sumber dominan bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif yang memberikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaur dengan berita dan hiburan.

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategeia* (stratos = militer, dan ag = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.¹⁷ Strategi juga dapat diartikan sebagai pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengalokasian sumberdaya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lain.¹⁸

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (1995), Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.” American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal sebagai berikut : Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan

¹⁷ Fandy Tjiptono.1997.*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

¹⁸Boyd-Walker-Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian jilid 2*. Jakarta:Erlangga.

dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.¹⁹

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama berbagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁰

Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Menurut Corey (dalam Dolan, 1991), strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkait, kelima elemen tersebut adalah :

- 1) Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani.

Keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor (Jain,1990):

¹⁹ Kotler, P. & Keller, K.,2008, *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke Tiga Belas) Jilid 1, Jakarta, PT.gelora aksara pratama.hal.5.

²⁰Sofjan Assauri,2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. hal.168.

- a) Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokkan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
 - b) Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.
 - c) Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial-and-error* di dalam menanggapi peluang dengan tantangan.
 - d) Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi.
- 2) Perencanaan Produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, desain penawaran individual pada masing-masing lini.
 - 3) Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
 - 4) Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
 - 5) Komunikasi pemasaran (Promosi), yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

Teori yang tepat dengan penelitian ini adalah Cultural Imperialism Theory (Teori Kultural Budaya). Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Tulisan pertama Schiller yang dijadikan dasar bagi munculnya teori ini adalah *Communication and Cultural Domination*.

Teori Imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media massa di dunia ketiga. Alasannya, media Barat mempunyai Efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media Barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga, sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara ketiga.²¹

Peneliti menarik beberapa hipotesa terhadap teori kultural budaya ini jika dikaitkan dengan permasalahan yang diangkat yaitu: Jawa Pos adalah salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia dengan salah satu strateginya adalah menciptakan koran-koran lokal di berbagai daerah. Nama yang diangkat pada koran-koran lokal tersebut adalah Radar yang merupakan singkatan dari Berita Daerah. Dengan konsep ini, Jawa Pos kemudian mampu bersaing di setiap daerah dan menjadi salah satu surat kabar yang diperhitungkan secara nasional. Nama Jawa Pos hingga saat ini mendominasi industri media di Indonesia umumnya, dan di Provinsi Jambi khususnya.

Alasan mengapa Jawa Pos begitu mendominasi dalam industri media, adalah *Pertama*, mereka memiliki uang. Dengan uang, mereka bisa dengan mudah memproduksi beragam media massa yang tersebar diseluruh Indonesia. Dengan kata lain, Jawa Pos menerbitkan surat kabar sebagai lahan bisnis selain tujuan utamanya yaitu sebagai kontrol kekuasaan dan

²¹ Nurudin.2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.Hal.175.

mencerdaskan masyarakat. Jika media cetak sudah dikembangkan dalam bentuk industri, maka unsur yang paling dipentingkan adalah laba/uang.

Kedua, mereka mempunyai teknologi. Teknologi memudahkan sebuah perusahaan dalam memproduksi barang. Dalam hal ini, teknologi Jawa Pos adalah memfasilitasi jaringan surat kabarnya dengan membangun 60 percetakan di 60 kota. Seluruh percetakan terhubung dengan sistem cetak jarak jauh yang bisa dikendalikan dari mana saja.

Selanjutnya, pemerintah dan masyarakat di Kabupaten Merangin memiliki keterbatasan dalam hal penyajian informasi dalam bentuk media massa lokal. Pihak swasta sangat dibutuhkan untuk melengkapi keterbatasan tersebut, sehingga perusahaan media cetak Jawa Pos dapat dengan mudah memberikan wadah bagi masyarakat daerah dalam mengakses informasi lokal daerahnya dalam bentuk media massa seperti surat kabar harian Radar Sarko. Kehadiran Radar Sarko sebagai surat kabar merupakan salah satu proses perubahan komunikasi dari lisan ke tulisan yang sedikit banyaknya dapat mempengaruhi perkembangan pemikiran, perilaku, dan budaya manusia di Kabupaten Merangin.

E. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sejarah sebagai metode utama data-data kualitatif historis, yakni data yang digunakan berupa kata-kata, baik dalam bentuk teks maupun lisan. Metode sejarah dalam hal ini terdiri dari 4 tahap, yaitu heuristik, kritik sumber, analisa, dan

interpretasi penulisan. Sumber yang akan digunakan adalah sumber lisan dan tulisan, serta koleksi daripada pelaku sejarah (Arsip pribadi).²²

Langkah pertama adalah, heuristik yaitu mencari dan mengumpulkan data sejarah serta sumber-sumber yang relevan melalui studi kepustakaan.²³ Studi kepustakaan untuk membantu mengumpulkan sumber-sumber yang mendukung dalam penyelesaian topik yang diteliti. Sumber-sumber dapat dikategorikan menjadi sumber primer dan sekunder.²⁴

Sumber primer yang penulis pakai berupa arsip-arsip yang menyangkut surat kabar di Merangin. Arsip yang digunakan merupakan dokumen pemerintah dan dokumen lembaga surat kabar Radar Sarko yang dapat dijadikan fakta perkembangan surat kabar harian tersebut. Sumber tersebut diperoleh dari arsip-arsip Penerbitan Pers Humas Infokom Setda Merangin, arsip lembaga surat kabar harian Radar Sarko, serta arsip di perpustakaan daerah Merangin dan kantor Bupati Merangin. Sumber Primer lainnya yang berupa koran, majalah, dan tabloid sezaman. Langkah berikutnya dengan mengumpulkan sumber sekunder yaitu berupa buku-buku yang relevan dalam menyelesaikan topik yang diteliti di berbagai perpustakaan, diantaranya perpustakaan pusat UNP, perpustakaan FIS UNP, perpustakaan labor sejarah UNP, perpustakaan sastra UNAND, perpustakaan daerah Merangin serta perpustakaan kantor Bupati Merangin. Studi lapangan dilakukan wawancara dengan pihak-pihak yang langsung atau tidak langsung terlibat pada surat

²² Louis Gottschalk. 1997. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia hal.32.

²³ Mestika zed. 1999. *Metodologi Sejarah*. Padang: Fakultas Ilmu-ilmu Sosial, FIS.UNP. Hal.36.

²⁴ *Ibid.* hal.37

kabar Radar Sarko. Model wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur. Sebelum wawancara dipersiapkan dulu pointer-pointer pertanyaan yang sesuai dengan pokok pembahasan. Wawancara dilakukan dengan Kabag Humas Infokom, Kasubag Penerbitan dan Pers Humas Infokom Setda Merangin, ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) cabang Merangin, para wartawan. Wawancara dengan tokoh masyarakat yang berperan dalam pembangunan pers di Merangin, beberapa orang dari golongan masyarakat yang menjadi pedagang dan pelanggan dari surat kabar Radar Sarko.

Langkah kedua adalah melakukan kritik sumber dalam dunia penelitian disebut dengan pengolahan data atau analisa data. Kritik sumber dapat digolongkan dalam dua tingkat pengolahan data, yaitu kritik internal dan kritik eksternal. Langkah kritik internal adalah penyelidikan fakta-fakta dengan melakukan pengujian terhadap dokumen, pengujian keaslian data dengan melakukan penilaian terhadap data yang ada hubungannya dengan fakta-fakta sumber sehingga data tersebut benar-benar akurat (uji kredibilitas). Kritik eksternal adalah mengidentifikasi bahan-bahan yang ada dengan cara menguji otentitas sumber yang terdapat pada dokumen kemudian disesuaikan dengan topik yang diteliti.

Ketiga diadakan analisa dan interpretasi, untuk tahap analisa penelitian ini menggunakan tema-tema yang berkaitan dengan surat kabar Radar Sarko. Untuk tahap interpretasi, menghubungkan data yang satu dengan yang lain yang disesuaikan dengan proses waktu dan peristiwa secara periodik. Melalui

proses yang demikian didapatkan fakta-fakta yang teruji dari sumber-sumber yang telah terkumpul, sehingga memungkinkan untuk mendeskripsikan perkembangan surat kabar Radar Sarko.

Langkah terakhir, adalah penulisan sejarah (Historiografi) yaitu proses menuliskan temuan penelitian kedalam bentuk karya tulis berupa skripsi yang utuh sesuai dengan kaidah-kaidah penelitian sejarah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran Lengkap penulisan ini, maka penelitian yang akan dilakukan akan disajikan dalam empat bab. Bab-bab tersebut yaitu:

Bab I (*Pendahuluan*) berisi latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode dan sumber penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II, menyinggung tentang latar belakang historis dan kondisi geografis Merangin. sosial, budaya, kemasyarakatan dan pemerintahankabupaten Merangin, serta pers merangin era orde baru hingga pasca reformasi.

Bab III, membahas bagaimana strategi pemasaran surat kabar harian Radar Sarko mulai dari strategi Radar Sarko dalam menjalin kerjasama di Kabupate Merangin (2006-2010), dan strategi Radar Sarko dalam membangun citra (2010-2013), selain itu pada bab ini juga dijelaskan tentang manajemen redaksi harian Radar Sarko (2006-2013), Sumber daya manusia

di harian Radar Sarko (2006-2013), serta tanggapan masyarakat terhadap harian Radar Sarko.

Bab IV, merupakan kesimpulan. Bab IV sebagai bab akhir dimana diharapkan terdapat inti dari semua penjelasan yang ada.