

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan peneliti dengan pokok masalah **“Konvergensi Media Sebagai Strategi Media Konvensional untuk Bertahan di Era Digital (Studi Kasus Media Cetak Gorontalo Post)”** maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hargo.co.id menjadi bentuk konvergensi media cetak Gorontalo Post untuk bertahan di era perkembangan media online saat ini. Hargo.co.id tidak terlepas dari kepemilikan perusahaan, kolaborasi konten, struktur direksi dan redaksi, sumber daya wartawan dan infrastruktur yang menyatu dengan Gorontalo Post walaupun memiliki badan hukum terpisah.
2. Strategi yang dilakukan Gorontalo Post bertahan di era digital adalah memperkuat liputan-liputan investigasi dan liputan mendalam lainnya. Sedangkan hargo.co.id menggunakan *google analytics* untuk mengukur eksistensinya di tengah-tengah perkembangan media online khususnya di Gorontalo dan selalu menjaga kualitas konten serta kepercayaan publik.
3. Tantangan yang dihadapi oleh Gorontalo Post yakni harga bahan cetakan koran yang kian naik sementara oplah bertahan di angka 2.000-an hingga saat ini. Sedangkan hargo.co.id harus membantu induk perusahaannya untuk bertahan di tengah-tengah perkembangan media online baik dalam segi konten dan bisnis.

1.2 Saran

1. Sejak Gorontalo Post hadir di tengah-tengah masyarakat Gorontalo, sejak itu pula dari tahun ke tahun mengalami penurunan jumlah oplah koran dan bahan kertas yang harganya kian naik. Sehingga disarankan agar Gorontalo Post memperkecil ukuran dan bentuk koran dan menambah jumlah oplah.
2. Pemberian *reward* sangat penting untuk mempertahankan pelanggan koran, namun hal ini dihentikan sementara oleh perusahaan karena menyangkut kemampuan ekonomi perusahaan. Ada baiknya *reward* ini dilakukan kembali dengan cara yang meringankan perusahaan, misalnya *voucher* diganti dengan koran gratis di waktu-waktu tertentu.
3. *E-paper* digunakan oleh perusahaan cetak Gorontalo Post hanya sebagai pelengkap koran dalam bentuk digital dengan format pdf. Melalui penelitian ini ada baiknya perusahaan Gorontalo Post menjadikan *e-paper* ini masuk dalam fokus bisnis dan bukan hanya pelengkap koran.
4. Selain *reward* dan *google analytics*, peneliti menyarankan agar perusahaan induk melakukan survei internal untuk mengetahui lebih pasti eksistensi media di tengah publik.

DAFTAR PUSTAKA

- About Us Kompas.com. Diakses pada 28 Mei 2021 dari situs <https://inside.kompas.com/about-us>
- Ahmadi, Ruslan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan ke-I*. Yogyakarta Ar-ruzz Media.
- Bambang, H.S. Strategi Media. Diakses 06 Juni 2021 dari situs <https://belajarbencanalearndisaster.com/komunikasi/strategi-media/>.
- Berger, C, Roloff, M, Ewoldsem, Roskos. 2014. *Hand Book Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.
- Creswell, J. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih di Antara Lima Pendekatan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Data Perusahaan Pers. Diakses pada 28 Mei 2021 dari situs <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekalama Media.
- Jenkins, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Karim, Arif. 2020. Skripsi. *Komunikasi Bisnis Antar Pemilik Media dalam Membangun Media Online*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Nurrahman. 2017. Skripsi. *Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi Kasus pada Harian Ujungpandang Ekspres)*. Makassar: Universitas Islam Negeri (UIN). Diakses pada 27 Mei 2021 dari situs <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15107/1/>
- Quinn, Stephen, 2004 *Convergence: The Journal Research Into New Media Technologies*. London: Sage Publication Inc. Vol. 10.
- Raharjo, M. (2010, 7 Mei). *Mengenal Lebih Jauh Tentang Studi Kasus*. Diakses pada 26 Mei 2021 dari <https://www.uin-malang.ac.id/r/100501/mengenal-lebih-jauh-tentang-studi-kasus.html/>
- Supriyatna, I & Fadil D. (2020, 25 Agustus). *Media Cetak Mulai Ditinggalkan, Masyarakat Beralih ke Media Online*. Diakses pada 25 Mei 2021 dari

<https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online/>

Yohanda, Reski. 2020. Metode Studi Kasus: Upaya-Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 14 Pekanbaru. Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam. 12 (1):113-130.