

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hampir setiap tahun muncul inovasi oleh media baru yang menambah keluasan untuk publik dalam mendapatkan informasi. Kemajuan teknologi informasi yang bisa dikatakan sangat maju mengalami transisi, diakui dari meningkatnya media elektronik yang mampu menyamai dengan media cetak. Diera generasi ini, media baru untuk memanfaatkan kecanggihan internet. Terbilang dari kekencangan dan keluasan untuk menerimanya serta tidak memakai anggaran yang mahal. New media ini menggunakan sambungan internet sehingga, semua orang dapat tersambung dari berbagai negara.

Kejadian ini menjadi risiko tertentu bagi media cetak. Media cetak mewujudkan media perdana yang di akui manusia, dengan mengikuti historinya media ini berasal dari bacaan mengenai kejadian yang Cuma dicetak di bagian kulit kayu atau daun lontar pada zaman dahulu. Melewati kecerdasan manusia yang selalu meningkat, informasi tercatat ditata dalam kertas yang kita sebut dengan surat kabar atau koran. Surat kabar atau koran tercantum keisi bagian dari *The Big Five Tradisional*. (Imilda, 2019)

Kelima media besar konvensional tersebut adalah surat kabar. Radio, majalah, iklan, televisi. Media cetak terbilang keunsur dasar media konvensional karena seluruh media tersebut mempunyai capaian peminat terlaris. Surat kabar merupakan bagian dari seluruh perangkat konvensional termegah tersebut. Media konvensional yang atas intinya memakai teknologi kuno terhalang dengan datangnya media baru yang terbitnya teknologi digital.

Perangkat dalam jaringan atau daring tampil dengan banyak fasilitas yang disediakan, Publik dapat mengakses seluruh keperluan dan kebutuhannya. Dipastikan media telah susut kuantitas penerbitan seluruh lembar dari media bentuknya. Tidak cuma itu jumlah perangkat cetak pun meletakkan e-papper atau koran elektronik yang disebarkan lewat jaringan berita daring mereka. Apalagi makin dengan media daring, kedua perangkat baru ini sukses menarik peminat koran atau surat kabar untuk merubah arah dalam mengakui berita di era milenial ini.

Bertumbuhnya internet semakin membuat media lama harus berpikir lebih gigih untuk menjaga eksistensinya. Berbagai cara yang di tunjukkan dari perusahaan media dan peranan Humas dalam menjaga eksistensi khususnya media cetak agar tetap kuat di era milenial. Munculnya media yang disajikan bersama kecanggihan baru ditakutkan akan merubah posisi media cetak. Dapat dipandang dari kejadian yang terjadi dimasyarakat apa lagi di era sekarang dengan adanya internet ini sangat mudah untuk mendapatkan informasi, dimana peminat koran atau surat kabar sangat sedikit dibandingkan dengan pemakai smartphone yang mempunyai isi berita informasi, media dengan keluasan aksesnya. kejadian ini menjadi pandangan seluruh perusahaan media cetak agar selalu bisa memperkuat dan bersaing dengan kemajuan teknologi yang disediakan oleh internet.

Setiap perusahaan media massa mempunyai visi dan misi media yang merupakan pendapat, bisa diartikan sebagai capaian masa yang akan datang untuk dicapai. Media diumpamakan mempunyai visi terang dalam menanggapi permasalahan kemassa dan kebangsaan. Misi menyambung dengan kegiatan wajib yang dipegang dan tujuan yang bisa diraih. Merupakan dalam menegakkan etika Pers yaitu Idealisme, Profesionalisme, dan Komersialisme di perusahaan.

Generasi milenial adalah penerus yang muncul pada tahun 1989-1999, yang mana pada era itu lingkungan massa telah banyak memakai teknologi dalam keseharian aktivitasnya. Bagaikan komputer dan internet yang sring digunakan dalam metode pelayanan informasi. Karakter dari penerus ini adalah menerima, mereka bersedia menerima pikiran dan menyambut diri akan inovasi yang

menjadi populer terkini. Seperti munculnya media baru.

Karakter penerus millennial Ada beberapa hal yang bisa mengistilahkan generasi millennial, bahwa generasi millennial lebih beranggapan individual, sering menolak gangguan informasi, lebih mengutamakan kebutuhan, dan kurang peduli untuk menolong sesama jika disamakan dengan penerus X dan generasi baby boom pada berusia yang sama. Kasus ini sendiri merupakan kajian kepada dua database dari 9 juta orang yang sedang di bangku SMA atau yang baru masuk kuliah. Penerus ini bila disebut dari bagian tidak bagusnya, merupakan karakteristik yang pemalas, narsis, dan lebih cenderung menyukai yang instan seperti mendapatkan informasi atau berita yang instan.

lebih mempunyai '*me time*' dalam pekerjaan, dan bebas pada tujuan dan kritik, terbilang dari ceramah karier dari pimpinannya. Milenial dapat dikatakan sebagai Penerus Y, Gen Y atau Generasi baru adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak mempunyai batasan tahun yang jelas untuk awal dan akhir dari fraksi ini. Para ahli dan peneliti bisa menjelaskan dengan awal 1989-an sebagai awal kemunculan fraksi ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kemunculan. (Horovitz, Bruce 2012)

Disebut era milenial ialah hampir seluruh sektor seperti pemberitaan atau informasi bisa didapat dengan mudah oleh generasi milenial dikarenakan mudahnya akses internet dan media sosial saat ini membuat generasi milenial selalu menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi atau pemberitaan yang sedang terjadi, Era milenial ini membuat media cetak Sumatera Ekspres perlahan menurun ujar Ibu Nursuri selaku pemimpin redaksi. di karenakan Sumatera Ekspres merupakan perusahaan media cetak yang terpercaya yang di dirikan pada tahun 1962 dan merupakan media cetak pertama kali berdiri di Sumatera selatan dengan memberikan informasi dan pemberitaan terbaru serta terpercaya menggunakan media cetak membuat eksistensi Sumatera Ekspres melambung pesat hingga saat ini.

Letak media cetak pada tahun 2014 bertepatan diposisi keempat menerangkan kecanggihnya media massa era ini. Kejadian itu merupakan data yang diterbitkan lembaga riset Nielsen (2020), bahwa pemakaian media di daerah besar baik di Jawa maupun luar Jawa menampilkan televisi memiliki peminat tertinggi yang dipakai masyarakat Indonesia (95%), disalip oleh internet atau media online (33%), Radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%), dan majalah (5%). Menurunnya media cetak merupakan kebiasaan public yang berubah menjadi teknologi teranyar dan digital. Masyarakat informasi menyatakan ilustrasi pada mereka yang telah kecanduan pada jaringan berita elektronik yang sulit serta aktivitas komunikasi (Melody 2011).

Yang dikatakan publik informasi menampilkan kejadian nyata dari apa yang disebutkan Marshall McLuhan sebagai global village. Fenomena ini akan terlihat berbeda ketika kita mendiskusikan dengan ratusan tahun yang lalu, di mana pada saat ini semua orang dapat melihat informasi yang memfokuskan kebudayaan asing yang dapat diakses dengan mudah informasi tersebut. (Ess 2001). Mutasi budaya ini Nampak dari susunan jaringan masyarakat bertentangan dengan masyarakat industri di abad ke-19 dan ke-20. (McQuail, 2011). Datangnya publik informasi skala besar ini menyatakan dampak yang akrab pada pengembangan teknologi digital di penjuru dunia termasuk di Indonesia.

Era milenial ini membuat pemimpin, anggota serta divisi hubungan masyarakat (humas) Sumatera Ekspres harus berpikir bagaimana mempertahankan eksistensi media cetak yang semakin tenggelam oleh perkembangan zaman dikarenakan generasi milenial saat ini mudah mendapatkan informasi dan pemberitaan melalui internet sehingga membuat media cetak semakin tidak di minati oleh generasi saat ini terutama bagi Humas di Sumatera Ekspres.

Pesatnya teknologi dapat membantu sebuah instansi untuk mempermudah

kegiatan. Begitu pula dengan hal penilaian. Evaluasi ialah kegiatan penting dalam mengatur segala kegiatan internal maupun eksternal diinstansi tersangkut. Kegunaan evaluasi ini dilurus dengan munculnya media sebagai perantara komunikasi antara instansi dan masyarakat. Penilaian harus dilakukan diseluruh perusahaan untuk mengawasi setiap kegiatannya. Diinstansi fraksi yang melakukan kegiatan ini adalah Humas (hubungan masyarakat). Profesi selaku Humas media memiliki kegunaan yang sangat berguna dalam menarik minat masyarakat, baik pengaruh positif maupun negatif. Humas membutuhkan media dan kebalikkannya, media membutuhkan Humas, Karena Media massa dan Humas saling menguntungkan untuk menjalankan kegiatan agar terciptanya tujuan bersama.

Untuk mempublikasikan pesan kepada publik, humas memerlukan media massa. Dikarenakan Humas tidak akan dapat mencapai publik targetnya dalam siaran geografis yang besar dengan memakai komunikasi langsung. Oleh sebab itu untuk memperlancar pekerjaannya, Humas memerlukan media massa. Sebaliknya media massa membutuhkan seorang humas sebagai akar berita bagi media massa tersebut. (Darmastuti 2012 ). Ketertarikan peneliti pada Sumatera Ekspres yaitu tentang tantangan Sumatera Ekspres saat bersaing ketat diindustri media cetak yang ada diIndonesia. Dalam kemajuan teknologi yang sangat pesat di era milenial ini Sumatera Ekspres mampu menarik pembaca terbukti merupakan media cetak dengan tiras terbanyak di Indonesia dengan mencapai 0842.00 per hari menurut (Nielsen 2017).

Tidak hanya itu Sumatera Ekspres juga mampu mengikuti kemajuan teknologi di era milenial ini dengan adanya media online bernama Sumeks.co yang bisa diakses dengan mudah melalui internet. Hingga dari itu penulis terpicat untuk meneliti Sumatera Ekspres dan dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka dari itu peneliti mengangkat judul “ **Komunikasi Humas Sumatera Ekspres Dalam Menjaga Ekistensi Media Cetak Di Era Milenial** “

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diterangkan peneliti. Maka dapat ditarik permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini yaitu dengan topik Bagaimana Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Menjaga Eksistensi Media Cetak di Era Milenial ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan adanya yang sudah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu

Untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Sumatera Ekspres dalam menjaga Eksistensi media cetak di era milenial.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian yang akan di lakukan ini diharapkan dapat memperoleh 2 manfaat dari segi teoritis dan praktis

### **1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari hasil penelitian ini, dapat meningkatkan wawasan dari segi industri media cetak yang menjaga eksistensi media cetak di era milenial menambah pemahaman tentang teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini.

### **2. Kegunaan Praktis :**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan atau rekomendasi bagi pembaca tentang bagaimana komunikasi humas Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial.

## E. Tinjauan Pustaka

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama/Tahun/Judul	Metode	Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Aldo Redho Syam/ STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA EKSISTENSI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DI ERA MILENIAL	Kualitatif	Teori citra	pengembangan bagian public relation lembaga pendidikan Islam di era milenial ini sangatlah penting, dikarenakan dengan adanya pengembangan dalam hal source, message, channel, dan effect, diharapkan dapat menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan mampu memberikan pembinaan dan peningkatan terhadap	Perbedaannya yaitu penelitian ini berfokus pada ekistensi antar lembaga pendidikan. Sedangkan penelitian yang akan peneliti kaji lebih focus pada "Komunikasi Humas Sumatera Ekspres Dalam Menjaga Eksistensi Media Cetak Di era Milenial".

				hubungan yang kuat dan kokoh antara lembaga Pendidikan.	
2.	Arum Fitri Listiani/PERAN PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN EKSISTENSI PERUSAHAAN MELALUI PENGGUNAAN VIRTUAL OFFICE DI SURABAYA	Kualitatif	Teori Tringua si	terlibatnya public relations dalam memberikan masukan-masukan terhadap persoalan yang ada antara perusahaan dengan masyarakat. Jika persoalan yang muncul cukup rumit maka akan terlebih dahulu disampaikan kepada pihak manajemen, lalu selanjutnya dibicarakan bersama. Namun jika persoalan tersebut hanya ringan, akan secara langsung public relations PT Otak Kanan menyalurkan solusi kepada khalayak	Perbedaan nya yaitu penelitian ini lebih fokus Peran Public Relations Untuk Meningkatkan Eksistensi Perusahaan Melalui Penggunaan Virtual Office Di Surabaya, sedangkan penelitian yang akan peneliti kaji yaitu "Komunikasi Humas Sumatera Ekspres Dalam Menjaga Eksistensi Media Cetak Di Era Milenial.

				<p>yang bersangkutan . Fungsi Humas sebagai media komunikasi yang dilakukan oleh Humas PT Otak Kanan sudah dilakukan dengan sempurna, hal tersebut terbukti dengan tercapainya seluruh informasi dari publik untuk instansi maupun dari instansi untuk publik. Sehingga terjadinya hubungan yang harmonis dan saling pengertian antara PT Otak Kanan dengan masyarakat..</p>	
3.	<p>Evawani Elysa Lubis/PERAN HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAH</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Teori Interaktif</p>	<p>Adapun bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas menyelenggarakan urusan,</p>	<p>Perbedaan yaitu penelitian ini lebih fokus pada Peran Humas Dalam</p>

				pekerjaan dan kegiatan penyediaan dukungan dan bantuan dalam merakit hubungan Pemerintah Daerah dengan masyarakat, jaringan dengan pers, publikasi dan dokumentasi dalam proses publikasi informasi, menjadikan komunikasi langsung dan kerjasama yang sepasang dan dinamis dengan publik, melihat dan mencakup aspirasi dan pikiran yang berkembang dalam masyarakat, menyampaikan keterangan pers sesuai dengan kebutuhannya.	Membentuk Citra Pemerintah,
4.	Aidik Hasan,2017/STRA TEGI HUMAS PT SEMEN TONASA	Kualitatif	Teori Citra	Humas ingin meningkatkan citra PT Semen	Perbedaannya yaitu penelitian ini lebih

	<p>DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN</p>			<p>Tonasa Dengan lima strategi. Lima strategi yang dijalankan Humas PT Semen Tonasa yaitu strategi operasional, ancangan persuasif dan edukatif, ancangan tanggung jawab sosial Humas, pendekatan kerja sama, pendekatan koordinatif dan integratif. Dalam strategi operasional PT Semen Tonasa melihat pemberitaan pada media terkait pemikiran masyarakat atau media terhadap PT Semen Tonasa.</p>	<p>fokus pada Strategi Humas Pt Semen Tonasa Dalam Menjaga Citra Perusahaan, Sedangkan Penelitian yang akan peneliti kaji yaitu “Komunik asi Humas Dalam Menjaga Eksistensi Media Cetak Di Era Milenial”.</p>
--	---	--	--	--	---

5.	Yerni Monita Kasenda/PERANAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) JAYAPURA	Kualitatif	Teori Tringua si	Humas bertujuan untuk mewujudkan dan memprluas suatu citra yang mensukseskan bagi perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para khalayaknya sasaran yang menyangkut yaitu masyarakat internal dan masyarakat eksternal. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka strategi kegiatan PR semestinya ditujukan pada usaha mengambil persepsi para publik, sikap tindak dan	Perbedaannya yaitu penelitian ini berfokus pada Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Jayapura.

				persepsi mereka.	
--	--	--	--	------------------	--

## F. Kerangka Teori

### 1. Media Massa

Sarana yang pertama dalam melaksanakan kegiatan komunikasi massa yaitu media massa itu sendiri. Adanya media massa, informasi yang ingin disebarakan dapat bisa diterima dengan cepat dan tersebar luas. Ada 3 macam media massa yang dipakai saat ini, yaitu cetak, elektronik serta digital. Adapun contoh media cetak yaitu surat kabar, majalah serta macam-macam jenis buku. Selain itu contoh media elektronik yaitu televisi serta radio. Yang terakhir contoh media digital yaitu internet (Romli, 2017, hal. 43). Media massa selalu menggambarkan maupun mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

### 2. Teori Citra (*Image Theory*)

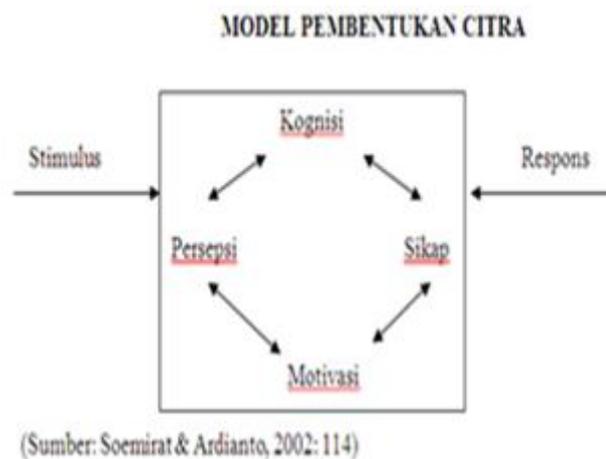
Menurut Frank Jefkins dalam tulisannya *Public Relations*, definisi citra dalam inti humas citra diterjemahkan sebagai "kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan."

Jefkins (2010) menyatakan beberapa jenis citra (*image*). citra yang dikemukakan, yakni:

- a. *Mirror Image* (Citra Bayangan). Citra ini biasa ada pada karyawan atau kelompok organisasi biasanya adalah pemimpinnya menyinggung tindakan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dipahami oleh anggota dalamnya mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini terkadang tidak sesuai, bahkan hanya Cuma delusi, sebagai dampak tidak cukupnya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dipunyai oleh golongan dalam organisasi itu menyangkut asumsi atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam keadaan yang biasa, sering muncul khayalan semua orang melirik kita.
- b. *Current Image* (Citra yang Berlangsung). Citra yang berlangsung adalah suatu citra atau pandangan yang dipahami oleh publik luar mengenai suatu organisasi. Citra ini seluruhnya dinyatakan dengan apa adanya informasi yang dimiliki oleh mereka yang menganutnya.
- c. *Multiple Image* (Citra Beragam). Yaitu adanya citra yang beragam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang menyangkut organisasi kita dengan kelakuan yang berbeda-beda atau tidak senada dengan tujuan atau asas organisasi kita.
- d. *Corporate Image* (Citra Perusahaan). pengertian dengan citra perusahaan adalah citra dari seluruh perusahaan baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.
- e. *Wish Image* (Citra Yang Didambakan). Citra yang diidamkan adalah suatu citra yang didambakan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diidamkan selalu disebut dan digunakan untuk sesuatu yang masih baru, pada saat informasi masih terbatas bagi public untuk mengenalnya.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, terdapat empat komponen pembentukan citra antara lain :

- a. Persepsi diisyaratkan sebagai hasil yang dilihat inti kebiasaan yang disama dengan suatu proses moral yang disebut. Orang akan merespon berdasarkan pengalamannya yang menarik. Keahlian pemahaman inilah yang dapat memberikan suatu pembentukan citra. Persepsi atau amatan orang akan baik jika informasi yang disajikan oleh pemikat dapat mencakup kesadaran seseorang.
- b. Kognisi ialah kepribadian diri dari orang terhadap stimulus keyakinan itu akan muncul dengan sendirinya jika khalayak telah disajikan informasi-informasi yang bisa mempengaruhi perkembangan kesadarannya.
- c. Motivasi ialah sesuatu kegiatan yang berbeda dari biasanya, memberikan kegiatan yang baru dan positif untuk kemajuan yang diinginkan.
- d. Sikap adalah Tindakan seseorang terhadap apa yang ia pikirkan terhadap suatu objek.. Sikap berbeda dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk bertindak dengan perilaku tetapi akan lebih cenderung untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap memiliki daya penunjang atau motivasi sikap memastikan jika orang harus setuju atau tidak terhadap sesuatu, menebak apa yang diminati, diidamkan dan diinginkan, sikap memiliki aspek evaluatif artinya mempunyai nilai menggembarakan atau tidak samasekali sikap juga dapat berubah dan bisa diperhitungkan.



**Gambar 1. Model Pembentukan Citra**

Kegiatan ini menjelaskan bagaimana seseorang yang berasal dari berbeda organisasi dapat mempengaruhi tindakan. Pemikat yang disajikan kepada khalyak bisa juga tidak diterima. Jika pemikat ditolak, untuk tahapan kedepannya tidak akan lancar. Proses ini menyatakan pemikat itu tidak berguna dalam menarik individu karena tidak memiliki peminat dari khalyak tersebut. Sebaliknya, Apabila pemikat itu diterima oleh khalayak, berarti adanya komunikasi yang baik dari organisme, dengan begitu proses selanjutnya dapat berjalan. Sama halnya dengan Humas dalam hubungannya pada masyarakat, Wajib selalu mengorganisasi pesan agar publik akan diterima dengan baik sehingga mencapai citra yang baik. Maka ini terdapat bagan dari pencapaian Humas, yaitu *image building* (membentuk citra). Berdasarkan analisa diatas penulis memunculkan bahwa adanya empat komponen pembentukan citra, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap.

Penulis menggunakan teori citra dikarena Humas ialah untuk mempublikasikan suatu kegiatan-kegiatan yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat agar mendapatkan akreditasi bahwa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal (Jefkins,).

Komunikasi dalam humas akan berjalan dengan baik memiliki pengirim dan penerima berita. Komunikasi yang ingin dicapai dalam pekerjaan humas menjadi dua golongan besar yaitu komunikasi internal (personil atau anggota institusi) dan komunikasi eksternal (masyarakat) yang harus dijaga dengan baik agar dapat memperoleh upaya dukungan, kepercayaan, partisipasi dan kerja sama lain sebagainya dengan pihak lain (Ruslan, 2010).

Citra media cetak Sumatera Ekspres saat ini sangat terpendang sebagai media cetak yang terupdate dan tepercaya media cetak Sumatera Ekspres saat ini masih di gunakan oleh beberapa masyarakat untuk mendapatkan informasi dan berita, hanya saja media cetak sekarang kurang di minati oleh generasi milenial karena adanya akses internet. Humas dibutuhkan untuk mengkomunikasikan semua kepentingan lembaga khalayak yang menjadi sasarannya yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan (Kasali, 203).

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Penelitian ini memakai metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian tentang penelitian yang bersifat deskriptif dan menonjol menggunakan analisis. Kualitatif merupakan kegiatan penelitian yang menyambung sehingga tahap pengumpulan data dilaksanakan secara beriringan selama proses penelitian.

Strauss menyatakan yang dinamakan dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang melahirkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan tahapan perangkaan atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara harfiah dapat dipakai untuk penelitian tentang kehidupan publik, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain sebagainya.

Penelitian ini dibuat dengan berusaha menggambarkan keadaan sesungguhnya bagaimana komunikasi humas Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial. Dalam penulisan kualitatif ini, dilaksanakan pengumpulan data-data yang dibekalkan. Setelah data-data yang diinginkan terkumpul, maka peneliti memeriksa berdasarkan fakta-fakta yang ada. (Wiratna Sujarweni, 2019).

### **2. Pendekatan Penelitian**

Dilihat dari macam datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Ialah dengan penelitian kualitatif dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi humas Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam uraian kata-kata dan bahasa. Adapun jenis penghampiran penelitian ini adalah deskriptif.

Penelitian deskriptif ialah penelitian yang cara untuk menurutkan penyelesaian masalah yang ada sekarang menurut data-data. Capaiannya penelitian deskriptif untuk membuat pencandraan secara logis, faktual dan akurat mengenai data dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dipakai dengan penulisan ini diartikan untuk mendapatkan informasi menyangkut komunikasi humas Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial secara mengakar dan global. Selain itu, dengan pemakaian kualitatif diidamkan dapat diterangkan keadaan dan permasalahan yang dihadapi. (Sumadi Suryabrata, 2018)

### **3. Sumber data**

Penelitian ini memakai 2 (dua) sumber data yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer ialah data yang di dapatkan dari narasumber, kelompok fokus, panel serta data hasil wawancara penulis dengan narasumber. Dalam hal ini, yang merupakan narasumber peneliti yaitu Bapak Dayat Selaku Hubungan Masyarakat ( Humas) media cetak Sumatera Ekspres Data yang didapatkan dari fakta primer ini harus diperbaiki lagi. Akar data yang melintas menyajikan data kepada pengumpul data.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, laporan, artikel, dan lain serupanya yang berhubungan dengan komunikasi Humas Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial. Data yang didapat dari data sekunder ini tidak usah dikelola lagi. Sumber yang tidak langsung memasok data pada pengumpul data.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan keterangan yang dibutuhkan, maka peneliti memakai beberapa cara pengumpulan data yang relevan cara menganalisis masalah yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka cara yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yang akan dilakukan peneliti yaitu dengan mengamati setiap kegiatan hubungan masyarakat (humas) sumatera ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial . Pengamatan ini dilakukan selama pengumpulan data berlangsung.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti akan melaksanakan wawancara tentang bagaimana Hubungan Masyarakat (Humas) Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial tersebut.

c. Dokumentasi

Pada penulisan ini, peneliti akan melaksanakan dokumentasi Foto Saat wawancara dengan Bapak Dayat selaku Hubungan Masyarakat (Humas) Sumatera Ekspres dan catatan-catatan.

#### 5. Teknik Analisis Data

Penjabaran data pada penelitian kualitatif dilaksanakan secara seiringan dengan cara pengumpulan data. Kegiatan dalam penjabaran data yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Peneliti Mencatat semua data tentang hubungan masyarakat (humas) sumatera ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial secara ilmiah dan transparan sesuai dengan hasil pemantauan, wawancara dan dokumentasi lapangan.

b. Reduksi Data

Tahap ini peneliti melakukan memilah data, memusatkan dan menglementerkan data komunikasi humas dari semua data yang sudah didapat di lapangan. Pada proses ini, semua data yang didapat dari wawancara mendalam peneliti dengan para narasumber dan pengamatan peneliti terhadap kegiatan narasumber dielaborasi.

c. Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian ini yaitu sekumpulan informasi tentang hubungan masyarakat (humas) sumatera ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial yang tersusun dan menyatakan adanya pemusatan

kesimpulan dan pengumpul aksi. Penyajian data ini menjelaskan analisis dalam bentuk table sehingga data bisa digenggam.

d. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**

Setelah data tentang hubungan masyarakat (humas) Sumatera Ekspres dalam menjaga eksistensi media cetak di era milenial diletakkan, maka ditindakan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dapat dilaksanakan dengan memastikan bersumber pada reduksi data dan penyajian data yang menyatakan hasil atas masalah yang diungkapkan dalam penelitian.

**6. Sistematika Penulisan Laporan**

Sistematika penulisan dikelola untuk memperlancar dalam pembuatan skripsi, maka butuh dipastikan sistematika penulisan yang baik dan benar. Sistematika penulisannya terdiri dalam beberapa bab, yaitu:

**a. BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan menjelaskan mengkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

**b. BAB II KAJIAN YANG RELEVAN**

Menjelaskan secara rinci mengenai judul yang diteliti

**c. BAB III GAMBARAN TEMPAT PENELITIAN**

Menjelaskan secara rinci tempat penelitian

**d. BAB IV PEMBAHASAN**

Mengemukakan analisis berdasarkan data yang sudah didapatkan dan pertanyaan penelitian yang sudah dituliskan dalam bagian pendahuluan.

**BAB IV PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran dari seluruh bab penelitian yang telah dilaksanakan