

ABSTRAK

Skripsi ini membahas strategi media Sumatera ekspres dalam menghadapi era digital 4.0. Rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi media harian pagi Sumatera ekspres serta bagaimana faktor penghambat dan faktor pendukung dalam menghadapi era digital 4.0. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun jenis dan sumber data adalah data kualitatif data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) sumber data primer diperoleh melalui *depth interview* seperti halnya mewawancarai general manager Nursari Marwah dan beberapa komunikannya. Sedangkan data sekunder digunakan sebagai pelengkap dalam penelitian ini. Perkembangan teknologi selalu mengalami kemajuan hingga ke revolusi 4.0, digitalisasi menjadi kata kuncinya serta persaingan antar media menjadi lebih ketat karena tak hanya bersaing antar media cetak tetapi juga media online dan sosial media. Media konvensional harus melakukan perubahan jika tidak ingin tertinggal, penulis tertarik meneliti Harian Pagi Sumatera Ekspres dikarenakan media lokal ini penuh dengan kepercayaan bahwa media cetak masih eksis ditengah perkembangan teknologi yang serba digital. Maka tujuan dari penelitian ini tak lain dari untuk mengetahui strategi dari harian pagi sumeks untuk menghadapi kompetitor agar dapat bersaing di era digital 4.0. Hasil penelitian merumuskan strategi yang dilakukan oleh harian pagi sumeks yaitu (1) strategi komunikasi yang menggunakan komunikasi 24jam, (2) strategi mempertahankan kualitas konten yang menjaga agar konten dan produk yang dibuat tetap terpercaya dan digemari, (3)Strategi memanfaatkan teknologi dan sosial media sebagai *branding* media cetak, (4) Strategi membangun mitra untuk mempertahankan hubungan baik dengan mitra pembaca maupun pemasang iklan.

Kata Kunci : Strategi, Media, Era Digital