

ABSTRAK

Cahaya Nuryanti, 2024. Strategi Komunikasi Pemasaran Malut Post dalam Bertahan Selama 20 Tahun. Pembimbing utama: Dr. E. Ida Hidayanti, SE., M.Si, Pembimbing Pendamping: Muhammad Asril Arilaha, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Malut Post dalam bertahan selama 20 tahun dan mengetahui alasan para pelanggan koran tetap setia serta pembaca berita tetap membaca koran cetak. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Malut Post menggunakan beragam strategi dalam mempertahankan perusahaannya selama 20 tahun. Pertama, Strategi analisis STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) digunakan untuk membagi kelompok, membidik target pasar, serta adanya positioning yang hadir tanpa dihadirkan. Kedua, Malut Post melakukan konvergensi media dengan mengadakan koran digital, portal online, dan juga sosial media. Ketiga, strategi *survival mechanism* dalam tiga bentuk yaitu strategi aktif dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan cara melakukan efisiensi internal, mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, serta menjaga kualitas berita. Strategi pasif yang pada pada strategi ini berfokus pada pengelolaan keuangan perusahaan dan Strategi Jaringan dengan melakukan pendekatan kolaborasi pentahelix untuk berkolaborasi dengan pemerintah.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran. Segmenting, Targeting dan Positioning, Konvergensi Media, Strategi Bertahan Hidup, Koran Malut post.

ABSTRACT

Cahaya Nuryanti, 2024. *Malut Post Marketing Communication Strategy to Survive for 20 Years.* Main supervisor: Dr. E. Ida Hidayanti, SE., M.Si, Assistant Supervisor: Muhammad Asril Arilaha, S.E., M.M.

This research aims to find out the marketing communication strategies used by Malut Post to survive for 20 years and find out the reasons why newspaper subscribers remain loyal and news readers continue to read printed newspapers. The research method used is qualitative research with a grounded theory approach. The results of this research show that Malut Post used various strategies to maintain its company for 20 years. First, the STP analysis strategy (segmenting, targeting and positioning) is used to divide groups, target market targets, and there is positioning that is present without being presented. Second, Malut Post carries out media convergence by holding digital newspapers, online portals and also social media. Third, a survival mechanism strategy in three forms, namely an active strategy by optimizing existing resources by carrying out internal efficiency, optimizing existing resources, and maintaining news quality. The passive strategy in this strategy focuses on company financial management and Network Strategy by taking a pentahelix collaboration approach to collaborate with the government.

Keywords: *Marketing, Marketing Communication Strategy Targeting and Positioning Segmentation Analysis, Media Convergence, Survival Strategy, Malut Newspaper post.*