

ABSTRAK

Media cetak memiliki tantangan tersendiri di alam era digital saat ini, keberadaannya telah terpinggirkan oleh media digital semakin meluas, dalam hal ini salah satunya adalah portal berita online.

Penelitian ini menggunakan obyek penelitian PT. Jawa Pos Koran, on-line pemasaran / distribusi surat kabar. Sebagai salah satu media cetak terbesar di Indonesia Jawa Pos juga mengalami hal yang sama dengan industri percetakan lainnya, tantangan di era digital.

Kehadiran media elektronik membuat industri media cetak harus berusaha untuk meningkatkan penjualan sirkulasi untuk memberikan manfaat maksimal. Analisis berbagai strategi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode peramalan (forecasting).

Penelitian ini dilakukan dengan melihat Jawa Pos penjualan sirkulasi surat kabar dalam waktu 5 tahun yang lalu, tetapi hal itu dilakukan dengan metode kualitatif, wawancara dengan aktor dalam pemasaran koran Jawa Pos.

Hasil peramalan pada surat kabar Jawa Pos dengan pemimpin redaksi Jawa Pos menunjukkan bahwa untuk memenuhi 2017, koran Jawa Pos optimistis kondisi yang ada dapat develop. On sisi lain, dengan kendala teknis atau non teknis, koran Jawa Pos masih memiliki kendala yang dapat mengganggu proses distribusi Jawa Pos koran, seperti cuaca buruk dan mesin cetak perlu upgrade.

Kata Kunci: Peramalan, Strategi Penjualan, Koran, Era Digital

ABSTRACT

The print media has its own challenges in today's digital era, its existence has been marginalized by the digital media are increasingly widespread, in this case one of them is the online news portal.

This study uses an object of research PT. Jawa Pos Koran, on-line marketing / distribution of newspapers. As one of the largest print media in Indonesia Jawa Pos also experienced the same thing with other printing industry, the challenges in the digital era.

The presence of electronic media makes the print media industry should strive to increase sales of circulation in order to provide the maximum benefit. Various strategies analyzes were conducted for the purpose of increasing sales. One strategy that can be done is by using a method of forecasting (forecasting).

This research was conducted by looking at the Jawa Pos newspaper circulation sales within 5 years back, but it is done with the qualitative method, interviews with the actors in the marketing of Jawa Pos newspaper.

The results of forecasting on Jawa Pos newspaper with the leaders editor Jawa Pos indicating that to meet 2017, Jawa Pos newspaper is optimistic that existing conditions can develop. On the other side, with obstacles technically or non technical, Jawa Pos newspaper still have obstacles that can interfere with the distribution process Jawa Pos newspaper, such as bad weather and printing machine need upgrade.

Keywords: Forecasting, Sales Strategy, Newspaper, Digital Era