

KOMPETISI MEDIA LOKAL DI PONOROGO

**(Studi Analisis Teori Niche Antara Mingguan Ponorogo Pos dan
Media Mataraman Pada Bulan September 2015 Sampai Dengan
Bulan Februari 2016 Dalam Perebutan Iklan)**

SKRIPSI



Oleh :

KHURIA RITA
NIM. 13240290

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2016

KOMPETISI MEDIA LOKAL DI PONOROGO

(Studi Analisis Teori Niche Antara Mingguan Ponorogo Pos dan Media Mataraman Pada Bulan September 2015 Sampai Dengan Bulan Februari 2016 Dalam Perebutan Iklan)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan Ilmu Komunikasi



Oleh :

KHURIA RITA
NIM : 13240290

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2016**

HALAMAN LOGO

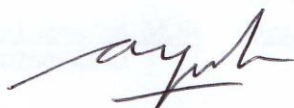


HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini oleh Khuria Rita ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, Maret 2016

Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si

NIDN. 0725038605

Pembimbing II



Dra. Ekapti Wahjuni Dj. M.Si

NIDN. 0722126101


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh Khuria Rita ini,
Telah Dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Kamis
Tanggal : 17 Maret 2016
Pukul : 13.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Dra. Hj. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Penguji II



Dra. Ekapti Wahjuni Dj, M.Si
NIDN. 0722126101

Penguji III



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN. 0725038605

Mengetahui,
Dekan



Dra. Hj. Niken Lestari, M.Si
NIK. 196506202005012001

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Kalau hendak mengenal dunia, MEMBACALAH

Kalau hendak dikenal dunia, MENULISLAH

Kalau hendak memimpin dunia, BERILMULAH"

(Dr. Hamid Fahmy Zarkasy, M. Ed, M. Phil)

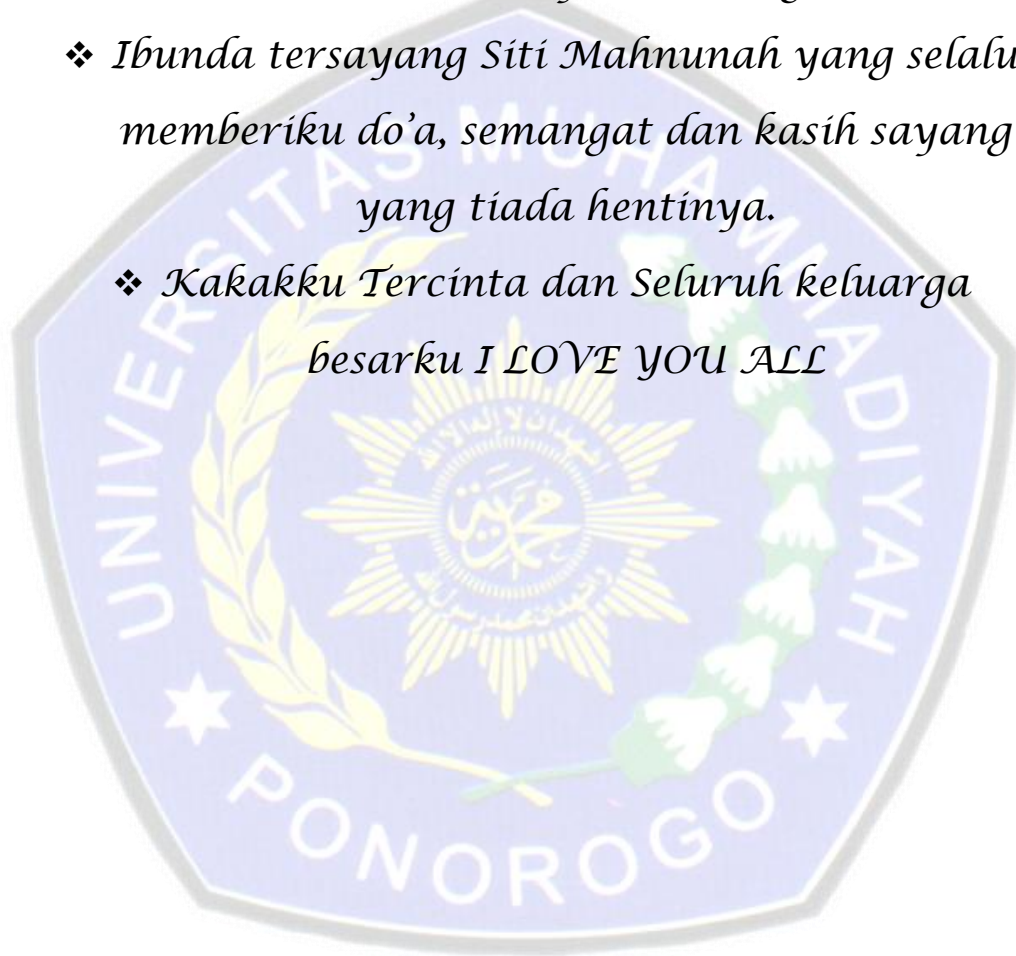


Skripsi ini ku persembahkan kepada....

❖ *Almamaterku Tercinta Universitas
Muhammadiyah Ponorogo.*

❖ *Ibunda tersayang Siti Mahnunah yang selalu
memberiku do'a, semangat dan kasih sayang
yang tiada hentinya.*

❖ *Kakakku Tercinta dan Seluruh keluarga
besaraku I LOVE YOU ALL*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah 'azza wa jalla yang telah menciptakan manusia dalam harkat dan martabat paling mulia dengan segenap karunia akal dan institusinya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada utusan terbaik (*Khairil Mursalin*) yang telah memberikan pencerahan dan reformasi moral di segenap penjuru dunia.

Syukur yang tiada henti, dengan perjuangan panjang dan do'a sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan judul : KOMPETISI MEDIA LOKAL DI PONOROGO (Studi Analissi Teori Niche Antara Mingguan Ponorogo Pos dan Media Mataraman Pada Bulan September 2015 Sampai Dengan Bulan Februari Dalam Perebutan Iklan).

Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Disamping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dra. Hj. Niken Lestarini, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

2. Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dra. Ekapti Wahjuni Dj, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
5. Bapak Agus dan Rekan-rekan TU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberi kelancaran dalam surat izin, hal administrasi perkuliahan dan lain-lain.
6. Ibunda tercinta yang selalu menjadi inspirasi dan mendampingi penulis lewat doa-doanya, yang telah mensupport, menguatkan dengan penuh kelembutan cinta dan kasihnya, serta selalu memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Hartono, selaku Pimpinan Redaksi Media Mataraman yang telah memberikan ijin, membantu, memberikan informasi kepada penulis untuk melakukan penelitian pada Media Mataraman.
8. Bapak Muhammad Yani, selaku Pemimpin dan Penanggungjawab Media Ponorogo Pos yang telah memberikan ijin, membantu penulis untuk melakukan penelitian pada Media Ponorogo Pos.
9. Kakakku (Monic, Yusuf, Rudi) dan keluarga besarku yang tanpa lelah membantu, mensupportku agar cepat terselesainya skripsi ini.

10. Sahabat baikku (Rinda, Hony, Dita, Leni, Mbak Siti, Maya, Uzi) yang telah menemani penulis dalam suka maupun duka.
11. Seluruh teman-teman Kost Cemara yang menjadi warna-warni dalam hari-hariku dan selalu memberikan semangat serta dukungan.
12. Sahabatku Lukman, Fauzan, terimakasih atas support dan bantuannya dalam peminjaman buku untuk referensi skripsiku.
13. Seluruh teman-teman kuliah Angkatan 2011 dan Angkatan 2012 Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang mewarnai hari-hari kuliah selama ini. Sukses selalu.

Penulis menyadari masih ada kelemahan dan kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, oleh sebab itu koreksi, kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga di balik ketidaksempurnaan hasil yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan dan referensi bagi pembaca dan pengguna untuk menambah hazanah ilmu pengetahuan.

Aamiin ya Robbal ‘alamiin.

Ponorogo, Maret 2016

Penulis

Khuria Rita
NIM. 13240290

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Logo	
Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	i
Halaman Pengesahan Team Penguji	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar lampiran	xv
Abstrak	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Perumusan masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konseptual	9
1. Definisi Konseptual	9
a. Kompetisi atau Persaingan	9

b. Media Massa	10
c. Perebutan Iklan.....	11
d. Mingguan Ponorogo Pos	12
e. Mingguan Media Mataraman.....	12
F. Landasan Teori	12
1. Pengertian Kompetisi	13
2. Pengertian Media Massa	14
a. Pengertian Media	14
b. Hubungan Media, Iklan Dan Berita	16
c. Fungsi Struktur Media	17
d. Media Cetak	19
3. Industrialisasi Ekonomi Politik Media.....	25
4. Teori Niche.....	27
5. Pengertian Iklan	30
a. Jenis Iklan Surat Kabar	35
1) Iklan Baris	35
2) Iklan Pariwara	36
3) Iklan Display	36
4) Iklan Khusus dan Sisipan.....	37
G. Definisi Operasional.....	37
H. Metode Penelitian.....	40
1. Ruang Lingkup Penelitian.....	41
2. Populasi dan Sampel Penelitian	41

a. Populasi Penelitian.....	41
b. Sampel Penelitian.....	42
I. Teknik Pengumpulan Data.....	42
a. Dokumentasi	42
b. Observasi.....	42
J. Teknik Analisis Data.....	43

BAB II. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. KONDISI OBYEK PENELITIAN.....	47
1. Media Ponorogo Pos	47
a. Visi dan Misi.....	49
b. Susunan Organisasi Media Ponorogo Pos	50
2. Media Mataraman	51
a. Visi dan Misi.....	52
b. Susunan Organisasi Media Mataraman	53
3. Area Edar Media Ponorogo Pos dan Media Mataraman	54
a. Media Ponorogo Pos	54
b. Media Mataraman	54

BAB III. PENYAJIAN DATA DAN ANALISA DATA

A. PENYAJIAN DATA.....	56
1. Strategi Iklan	58
a. Strategi Iklan Pada Media Ponorogo Pos.....	58
b. Strategi Iklan Pada Media Mataraman.....	59
2. Media Ponorogo Pos	62

a. Iklan Display	62
b. Iklan Advertorial	64
c. Iklan Ucapan	64
d. Data Muatan Pada Media Ponorogo Pos.....	65
3. Media Mataraman	72
a. Iklan Display	73
b. Iklan Advertorial	73
c. Iklan Ucapan	74
d. Data Muatan Pada Media Mataraman.....	75
4. Perbandingan Kompetisi Iklan.....	82
a. Media Ponorogo Pos	82
b. Media Mataraman	83
B. ANALISA DATA	83
a. Niche Breadth.....	85
c. Menghitung Niche Breadth Media Ponorogo Pos	85
d. Menghitung Niche Breadth Media Mataraman.....	86
b. Niche Overlap	87
a. Menghitung Niche Overlap Media Ponorogo Pos dan Media Mataraman	87

BAB IV. PENUTUP

A. KESIMPULAN	89
1. Kesimpulan Hasil Analisa Data	90
a. Hasil Hitung Niche Breath.....	90

b. Hasil Hitung Niche Overlap.....	90
B. SARAN	91
1. Bagi Media Ponorogo Pos dan Media Mataraman	91
2. Bagi Peneliti	92
3. Bagi Akademik.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Google Maps Kantor Media ponorogo Pos.....	48
Gambar 1.2. Susunan Organisasi Media Ponorogo Pos.....	50
Gambar 2.1. Google Maps Kantor Media Mataraman.....	52
Gambar 2.2. Susunan Organisasi Media Mataraman.....	53
Gambar 3. Iklan Display Media Ponorogo Pos.....	54
Gambar 4. Iklan Display Media Mataraman.....	55
Gambar 5. Gambar Wawancara Media Mataraman.....	96
Gambar 6. Gambar Wawancara Media Ponorogo Pos.....	97
Gambar 7. Gambar Kantor Media Ponorogo Pos	98



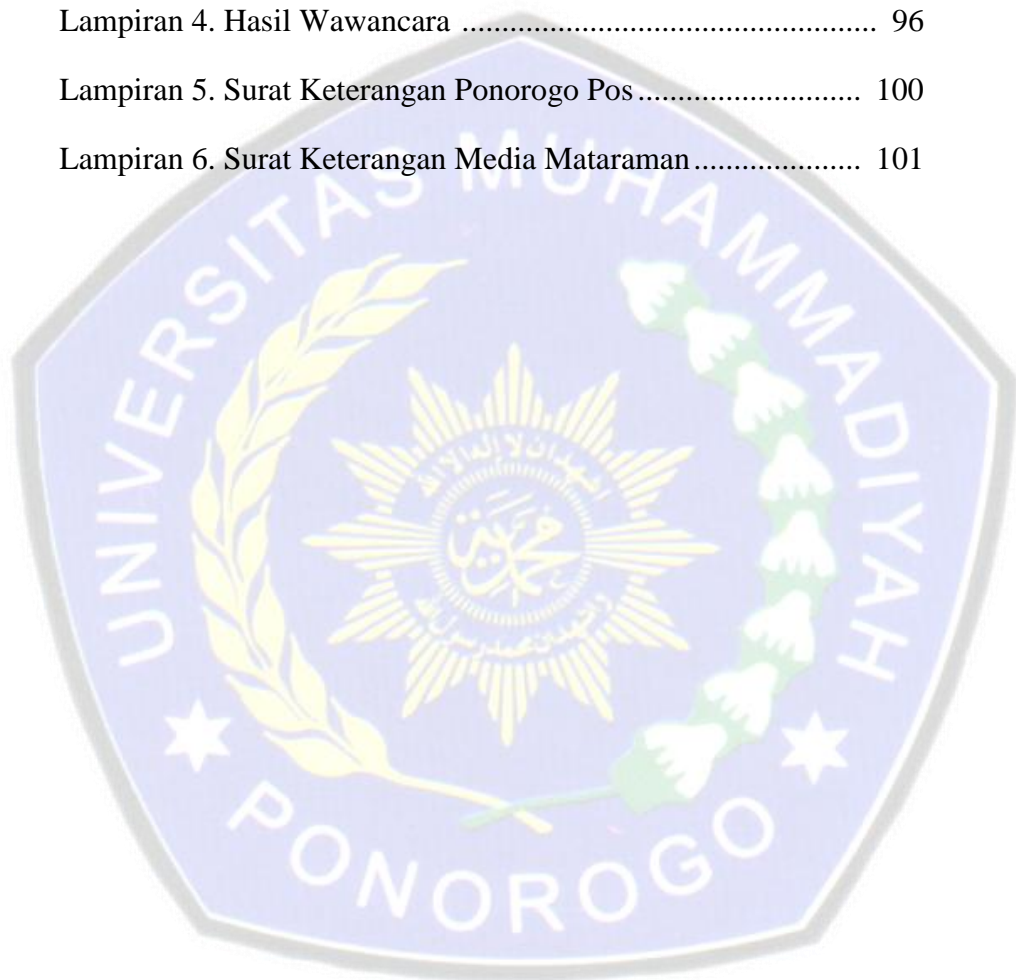
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Iklan Display Media Ponorogo Pos	61
Tabel 2.1. Iklan Advertorial Media Ponorogo Pos	62
Tabel 3.1. Iklan Ucapan Media Ponorogo Pos.....	63
Tabel 4.1. Data Muatan Iklan Pada Media Ponorogo Pos Nomor 695 Edisi 03-09 September 2015	63
Tabel 4.2. Data Muatan Iklan Pada Media Ponorogo Pos Nomor 705 Edisi 19-25 November 2015.....	64
Tabel 4.3. Data Muatan Iklan Media Ponorogo Pos Nomor 706 Edisi 26 November-02 Desember 2015	65
Tabel 4.4. Data Muatan Iklan Media Ponorogo Pos Nomor 708 Edisi 10-16 Desember 2015.....	66
Tabel 4.5. Data Muatan Iklan Media Ponorogo Pos Nomor 711 Edisi 07-13 Januari 2016	67
Tabel 4.6. Data Muatan Iklan Ponorogo Pos Nomor 713 Edisi 21-27 Januari 2016.....	68
Tabel 4.7. Data Iklan Media Ponorogo Pos Nomor 714 Edisi 28 Januari -03 Februari 2016	68
Tabel 4.8. Data Iklan Ponorogo Pos dari Seluruh Sampel yang di Ambil.....	69
Tabel 5.1. Iklan Display Media Mataraman.....	69
Tabel 6.1. Iklan Advertorial Media Mataraman.....	70
Tabel 7.1. Iklan Ucapan Media Mataraman.....	71

Tabel 8.1. Data Iklan Media Mataraman Nomor 375 Edisi 18-24 September 2015	72
Tabel 8.2. Data Iklan Media Mataraman Nomor 381 Edisi 12-19 November 2015.....	73
Tabel 8.3. Data Iklan Media Mataraman Nomor 385 Edisi 19 November-24 Desember 2015.....	74
Tabel 8.4. Data Iklan Media Mataraman Nomor 386 Edisi 24 Desember-07 Januari 2016	75
Tabel 8.5. Data Iklan Media Mataraman Nomor 387 Edisi 07-13 Januari 2016.....	76
Tabel 8.6. Data Iklan Media Mataraman Nomor 389 Edisi 22-28 Januari 2016.....	77
Tabel 8.7. Data Iklan Media Mataraman Nomor 390 Edisi 28 Januari-04 Februari 2016	77
Tabel 8.8. Data Iklan Media Mataraman Pada Seluruh Sampel Yang di Ambil.....	78
Tabel 9. Niche Overlap Media Ponorogo Pos dan Media Mataraman	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian Ponorogo Pos	93
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Media Mataraman	94
Lampiran 3. Hasil wawancara.....	95
Lampiran 4. Hasil Wawancara	96
Lampiran 5. Surat Keterangan Ponorogo Pos	100
Lampiran 6. Surat Keterangan Media Mataraman.....	101



ABSTRAK

Nama : Khuria Rita

Nim : 13240290

Judul : KOMPETISI MEDIA LOKAL DI PONOROGO (Studi Analisis Teori Niche Antara Mingguan Ponorogo Pos dan Media Mataraman Pada Bulan September 2015 Sampai Dengan Bulan Februari 2016 Dalam Perebutan Iklan)

Iklan bentuk strategi promosi yang paling penting yang memiliki daya jangkau yang luas, selain di nilai efisien dari segi biaya, dengan iklan juga mampu mencapai audiensi dalam jumlah besar. Strategi Iklan pada media Ponorogo Pos tetap bertahan dan menjaga kerjasama dengan pelanggannya, sedangkan strategi iklan yang di miliki media Mataraman dilihat dari kedekatan dengan narasumber, system politik, barter informasi menjemput bola dan dari biaya iklan. Perbandingan iklan kedua media mempunyai cara yang sama dalam mendapatkan jumlah sumber penunjang kehidupan.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi jenis iklan pada kedua media dengan cara menghitung banyaknya jenis iklan yang ada di setiap edisi Koran tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang artinya mengambil jumlah sampel penelitian berdasarkan pertimbangan penulis.

Untuk mencapai tujuan di atas, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis aplikasi teori niche, untuk mengetahui ruang kehidupan dan tingkat kompetisi antar media Ponorogo Pos dan Media Mataraman dengan menghitung besaran niche-nya (*niche breadth* dan *niche overlap*). Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa perhitungan *niche breadth* di media Ponorogo Pos dan Media Mataraman dapat di simpulkan bahwa *niche breadth* Media Ponorogo Pos 2,77 dan *niche breadth* milik Media Mataraman 2,44 artinya, dari jumlah sampel yang di ambil tersebut, pola pemanfaatan kehidupan Media Ponorogo Pos dan media Mataraman cenderung generalis, ini berarti dikedua media memiliki sumber penunjang kehidupan (iklan) yang bermacam-macam. Dan menurut hasil perhitungan *niche overlap*-nya, tingkat kompetisi antara media Ponorogo Pos dan Media Mataraman adalah rata-rata 0,22. Dengan hasil rata-rata 0,22, semakin kecil mendekati nol (0), nilai *niche overlap* semakin tinggi tingkat kompetisi yang terjadi di kedua media tersebut. Karena berdasarkan teori *Niche Overlap* yang diterapkan oleh *Dimmick* dan *Rothenbuhler* bahwa ‘‘Tingkat *Niche Overlap* antara dua populasi atau makhluk hidup dikatakan semakin tinggi apabila angkanya mendekati nol (0)’’.

Kata Kunci : Kompetisi Media Lokal, Strategi Iklan, Teori Niche, Niche Breadth, Niche Overlap.