

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai strategi *Competitive Advantage* Jawa Pos Radar Bojonegoro (JPRB) dalam menghadapi persaingan media digital, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Persaingan antara JPRB dengan media digital di Kabupaten Bojonegoro berada pada fase disrupsi yang terkendali. Meskipun terjadi penurunan oplah cetak sebesar 10-15% dalam lima tahun terakhir, JPRB berhasil mempertahankan eksistensinya melalui segmentasi pelanggan institusional dan pembaca loyal usia di atas 40 tahun. Di ranah digital, JPRB telah menjadi pemimpin pasar lokal dengan capaian 47 juta tayangan di TikTok dan jutaan *page views* di situs web resminya.
2. Berdasarkan kriteria VRIO, JPRB memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage*) pada aspek Legitimasi Formal (Brand Trust) dan Unit Bisnis Event Organizer (EO). Otoritas sebagai *clearing house* informasi dan kedekatan jejaring dengan *stakeholder* daerah (Forkopimda) merupakan aset tak berwujud yang sulit ditiru oleh media digital baru atau kreator konten independen.
3. JPRB menerapkan strategi Diferensiasi Hyper-Local dan Konvergensi Multiplatform. Perusahaan tidak lagi hanya menjual produk fisik (koran), tetapi bertransformasi menjadi penyedia solusi komunikasi terintegrasi yang menggabungkan kekuatan berita cetak, kecepatan media daring, dan pengalaman interaksi luring melalui kegiatan *Event Organizer*.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Implikasi Teoritis
2. Penelitian memperkuat teori *Resource-Based View* (RBV) bahwa di era digital, aset tak berwujud seperti reputasi dan jejaring sosial lebih krusial daripada aset fisik. Transformasi media lokal membuktikan bahwa strategi keunggulan bersaing tidak harus meninggalkan model bisnis lama sepenuhnya, melainkan mengintegrasikannya ke dalam ekosistem digital.
3. Implikasi Praktis
4. JPRB harus menyadari bahwa model bisnis *Attention Economy* (mengandalkan trafik digital) memerlukan konsistensi inovasi konten agar tidak kehilangan relevansi di mata Generasi Z. Selain itu, ketergantungan pada anggaran publikasi pemerintah (APBD) melalui iklan advertorial dan EO menjadi risiko strategis jika terjadi efisiensi anggaran daerah.

5.3 Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian, penulis merumuskan beberapa saran dan rekomendasi bagi Jawa Pos Radar Bojonegoro dan peneliti selanjutnya. Rekomendasi bagi Jawa Pos Radar Bojonegoro meliputi sebagai berikut.

1. JPRB perlu mulai melakukan penetrasi pasar yang lebih kuat ke sektor korporasi swasta dan UMKM nasional untuk mengurangi ketergantungan pendapatan dari sektor pemerintahan.
2. Untuk menahan laju penurunan oplah, koran cetak sebaiknya difokuskan pada konten *long-form journalism* (investigasi dan analisis mendalam) yang tidak tersedia di media daring, sehingga koran tetap memiliki nilai prestise sebagai dokumen eksklusif.

3. Perlu adanya pelatihan berkelanjutan atau rekrutmen talenta muda yang ahli dalam analisis data (*Google Analytics*), SEO, dan manajemen media sosial untuk menjembatani kesenjangan kompetensi antara jurnalisme konvensional dan kebutuhan industri kreatif.
4. Keamanan Infrastruktur Digital: Seiring dengan besarnya trafik digital, JPRB harus meningkatkan sistem keamanan siber untuk melindungi aset data pembaca dan menjaga reputasi otoritas informasi dari serangan peretasan.
Sedangkan saran bagi peneliti selanjutnya meliputi sebagai berikut:
 1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai efektivitas konversi *engagement* media sosial (seperti jumlah *likes* dan *shares* di TikTok) terhadap pendapatan riil perusahaan media lokal.
 2. Dapat dilakukan penelitian komparatif antara strategi media lokal di bawah naungan grup besar (seperti Jawa Pos) dengan media lokal independen dalam menghadapi disrupsi digital di wilayah yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. B., Hakim, R. M. A., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2018). Analisis strategi bisnis pada UMKM kerajinan bambu di Kota Bandung. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), 227-242.
- Aji, G. S., & Mala, I. K. (2024). Meningkatkan kualitas SDM untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan di era digital: Tren, inovasi, dan tantangan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 01-17.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438-A443.
- Choliq, A. (2023). Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media Cetak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 163-178.
- Dewidianto, R., Manalullaili, M., & Ningsih, C. P. A. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(4), 10-10.
- Fadila, R. N., Rahma, M. A., Trisnawati, T., Astuti, H. F. W., Ahmad, R. H., Fuadin, R. F., ... & Fisya'bani, F. (2024). Media, Komunikasi, Dan **Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan**.
- Fathurrahman, M., Putri, D. M. B., & Yandes, J. (2026). Analysis of Digital Infrastructure Competitive Advantage through Capital Raising Strategy: VRIO Case Study at PT Sinergi Inti Andalan Prima Tbk (INET). *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 160-171.
- Felyana, F., & Tan, J. D. (2023). KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS KELUARGA DALAM BIDANG MANUFAKTUR PERIKANAN PADA MASA PANDEMI COVID-19: PT PLM [COMPETITIVE ADVANTAGE OF FAMILY BUSINESS IN FISHING INDUSTRY DURING COVID-19 PANDEMIC: PT PLM]. *Milestone: Journal of Strategic Management*, 114-128.
- Fuada, S. N., & Setianingrum, V. M. (2024). Manajemen Konvergensi Media Jawa Pos Di Era Digital. *The Commercium*, 8(3), 52-61.
- Gaol, V. J. L. (2024). Perkembangan Media Massa dan Dampaknya terhadap Perubahan Sosial di Masyarakat Perkotaan. *Circle Archive*, 1(6).
- Harefa, F., & Lase, D. H. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Transformasi Digital dan Inovasi dalam Organisasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 7-12.
- Hermawan, E. (2023). Competitive strategy, competitive advantages, dan marketing performance pada e-commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 1-13.

- Hirmansah, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Melalui Pendekatan Resorce Based-View Guna Mencapai Sustainable Competitive Advantage (Studi Desa Wisata Ketambe). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 928-936.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58-67.
- Miradji, M. A., Vercelly, W. A. S., Faiz, R. M., Aisyah, M. K., & Yuherda, A. (2024). Inovasi Dalam Manajemen Strategi:" Membangun Keunggulan Kompetitif Di Era Digital". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 28-38.
- Pratama, D. E., Faqih, A., & Permana, S. E. (2025). Analisis Pengaruh Koran Digital Terhadap Minat Membaca Surat Kabar Cetak Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 1514-1521.
- Pratama, P. A. S., Firmansyah, M., & Kusnadi, H. F. N. (2025). EFEKTIVITAS PORTAL TRIBUNNEWS DALAM PENYEBARAN INFORMASI DI MEDIA MASSA. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (e-ISSN: 2807-6818), 5(02), 16-22.
- Prayogi, I. A., Firdausi, I. A., & Putri, O. (2023). Disrupsi Fungsi Media Baru: Sebuah Studi Kasus: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1), 166-179.
- Putri, B. A., & Ali, H. (2025). Pengaruh Inovasi, Kepemimpinan dan Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(1), 21-28.
- Rahmatullah, F., Wijyantini, B., & Wibowo, Y. G. (2023). Analisis RBV (Resources Based View) untuk Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan Pada UD. Tiga Putra. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(1), 1-17.
- Rejeki, S., Dasmadi, D., & Purwanto, H. (2022). Analisis VRIO terhadap sustainability competitive advantages di PT Pan Brothers Tbk di masa pandemik covid-19. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 81-92.
- Safitri, O., Yulianti, Y., & Muzni, N. (2024). Analisis Fenomenologi Audiens dalam Media Digital. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(2), 1465-1475.
- Saloko, S. A., SP, M., Elfatma, O., SP, S. G., MP, I., Santi, I. S., & Prasetya, B. (2023, August). Analysis of sustainable competitive advantage at PT. X: Application of the VRIO approach. In *Proceeding of International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering* (Vol. 3, pp. 078-078).
- Siregar, A. A. H., Apriliani, R. R., & Nurhasanah, N. (2025). Analisis Korelasi Statistik Antara Populasi Jumlah Penduduk dan Pengguna Internet Di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4776-4781.

- Sobari, M., & Rony, Z. T. (2025). Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif (Systemic Literature Review). ***Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital***, 3(1), 10-20.
- Sudarwati, S., Rahayu, A. C., & Garnida, S. C. (2024). Pelatihan Event Organizing sebagai Sarana Peningkatan Promosi Wisata Budaya Desa Jenisgelaran, Kecamatan Bareng, Jombang. ***ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*** (e-ISSN: 2797-0493), 4(04), 25-32.
- Widyani, I. P. M. N. (2023). Strategi Media Cetak Koran Bali Express (Jawa Pos Group) Di Tengah Persaingan Media Digital. ***Communicare***, 4(1).