

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Signifikansi Penelitian

Perkembangan informasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi khalayak, seolah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari. Khalayak semakin kritis dalam memilih berita sebagai wujud pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Prisgunanto (2004) berpendapat bahwa media sangat berkuasa dalam mengubah hidup publik, apalagi dalam hal mengubah sikap, karakter dan tingkah laku. Media massa sebagai pelopor sumber informasi berperan penting dalam menghasilkan berbagai macam informasi atau berita, baik lokal, nasional maupun internasional, sesuai dengan segmentasi pasar konsumen. Menurut Tamburaka (2013), media massa atau pers merupakan istilah yang digunakan pada tahun 1920-an untuk memperkenalkan jenis media yang secara khusus dirancang untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Terdapat beberapa jenis dari media massa, diantaranya media cetak, media elektronik dan media digital.

Salah satu media massa tertua di Indonesia yaitu media cetak. Media cetak mampu memberikan berita atau informasi yang faktual kepada masyarakat atau pembacanya. Salah satu contoh perusahaan media cetak nasional terbesar di Indonesia ialah Harian Kompas. Harian Kompas merupakan bisnis unit dari perusahaan Kompas Gramedia yang tepatnya berada di bawah naungan PT Kompas Media Nusantara dalam bentuk surat kabar. Dikutip dari *website* Korporasi Kompas (2019), Harian Kompas terbit sejak 28 Juni 1965, edisi pertama tampil dengan empat halaman, jumlah kolom masing - masing halaman sembilan.

Sejak Harian Kompas berdiri, banyak sekali prestasi dan penghargaan yang telah diraih. Dikutip dari *website* Korporasi Kompas (2019), dalam 4 tahun belakangan ini, Harian Kompas telah mendapat lebih dari 30 penghargaan, diantaranya penghargaan dari WAN-IFRA dalam *Asian Media Awards* (Penghargaan Emas Kategori Foto Olahraga - 2019), Penghargaan Emas Kategori Editorial Surat Kabar Terbaik (Indonesia

Print Media Award/IPMA) dari Serikat Perusahaan Pers (2019), Penghargaan Emas Kategori Sampul Muka Surat Kabar (IPMA) dari Serikat Perusahaan Pers (2019), Penghargaan Emas Untuk *The Best Front Page National Newspaper* dari Serikat Perusahaan Pers - 2018, meraih *Asian Digital Media Awards 2018* dari Asosiasi Surat Kabar Sedunia (WAN IFRA) Kategori *Reader Revenue Initiative* untuk Inisiatif Portal Berita Berbayar, Kompas.Id Meraih Piala Emas (2018), meraih Penghargaan Adam Malik dari Kementerian Luar Negeri Kategori Media Cetak Terbaik dalam Memberitakan Isu Diplomasi dan Kebijakan Luar Negeri RI (2018), meraih Penghargaan Emas Surat Kabar Nasional Terbaik untuk Kategori Media Cetak (Indonesia Print Media Awards/IPMA) dari Serikat Perusahaan Pers (2017), meraih apresiasi sebagai media berdedikasi dalam penggunaan Bahasa Indonesia dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan: Predikat sebagai Media Cetak Berbahasa Indonesia Terbaik Tingkat Nasional selama empat tahun berturut-turut (2013-2016) dan masih banyak lagi.

Pada tahun 2019, Harian Kompas telah memasuki usia yang ke-54 tahun. Harian Kompas dapat membuktikan bahwa media cetak tetap dapat bertahan dan keberadaan surat kabar di Indonesia masih dibutuhkan oleh masyarakat dalam mencari informasi yang akurat, faktual dan terhindar dari *hoax* (berita bohong). Berbagai rintangan dan halangan telah dilewati oleh Harian Kompas untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan, baik dengan media sejenis maupun dengan media elektronik atau digital. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih, membuat sebagian besar khalayak beralih dari media cetak ke media yang lebih praktis seperti media digital, yang dapat diakses hanya dengan menggunakan ponsel pintar (*smartphone*).

Ponsel pintar (*smartphone*) kini dijadikan khalayak sebagai suatu media untuk mengakses, mencari dan menyampaikan informasi. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya ponsel pintar (*smartphone*) yang terhubung dengan sambungan atau koneksi internet dan dilengkapi dengan fitur - fitur canggih, sehingga memudahkan khalayak dalam mengakses suatu informasi dan lebih bersifat praktis. Informasi yang didapatkan melalui media digital lebih *up to date* dibandingkan dengan media cetak. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat pada saat ini, rupanya berdampak bagi media konvensional seperti surat kabar di Indonesia. Eksistensi media

cetak di Indonesia mulai dipertanyakan, akankah media cetak dapat tetap bertahan di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat

Namun, Harian Kompas menjawab tantangan ini dengan membangun gagasan dan inovasi segar untuk terus menjaga relevansi dan eksistensinya dengan era kini, serta merespon perubahan yang terjadi, yaitu dengan menghadirkan Kompas.id kepada konsumennya. Kompas.id merupakan ekstensi jurnalisme dari Harian Kompas (cetak), sehingga informasi atau berita yang terdapat pada Harian Kompas dapat dinikmati secara digital. Harian Kompas dan Kompas.id merupakan satu kesatuan. Keduanya hadir untuk saling melengkapi. Apa yang dibaca di Harian Kompas, juga bisa dibaca pada portal digital Harian Kompas yaitu Kompas.id dalam format dan tampilan berbeda.

Di tengah ketatnya persaingan, baik sesama media cetak maupun dengan media lain, terjadi suatu peristiwa memalukan yang tidak akan terlupakan oleh Harian Kompas, yaitu telah terjadi kesalahan cetak pada Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019. Tepat di ujung kanan atas, di halaman depan Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019 terpampang kesalahan cetak di mana terdapat kalimat "*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, integer non magna vitae tellus*". Pihak Harian Kompas tidak pernah menduga bahwa peristiwa kesalahan cetak tersebut dapat terjadi pada edisi Rabu, 10 Juli 2019. Kalimat *Lorem Ipsum* tersebut merupakan contoh teks ataupun *place holder* yang dijadikan oleh *layouter* atau *designer* sebagai penanda tempat untuk menuliskan berita yang seharusnya. Kesalahan cetak tersebut merupakan peristiwa yang sangat langka dilakukan oleh perusahaan surat kabar di Indonesia. Berikut ini merupakan *screenshot* mengenai kesalahan cetak Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019:



Gambar 1. Kesalahan Cetak Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019

(sumber: Pusat Informasi Kompas - Litbang dan <https://kompas.id/>)



permohonan maaf secara terbuka atas kesalahan cetak yang terjadi pada Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019. Pernyataan permohonan maaf tersebut disampaikan melalui media sosial milik Harian Kompas. Dalam pernyataan permohonan maaf tersebut, Harian Kompas juga ingin memberi tahu bahwa pihak Harian Kompas sudah memperbaiki *e-paper* Harian Kompas (Kompas.id) pada hari yang sama dan tidak menunggu terbitnya box koreksi pada edisi berikutnya.

Berdasarkan peristiwa yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “**Strategi Marketing Communication Harian Kompas Usai Peristiwa Lorem Ipsum (Kesalahan Cetak) Pada Harian Kompas Edisi Rabu, 10 Juli 2019**”. Pada penelitian ini peneliti akan mewawancarai pihak - pihak dari Harian Kompas yang peneliti anggap dapat memberikan data - data dan informasi yang relevan mengenai masalah pokok penelitian.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada signifikansi penelitian, maka fokus penelitian yang akan penulis kaji adalah mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Harian Kompas usai peristiwa *Lorem Ipsum* (kesalahan cetak) pada Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan peristiwa yang akan diteliti dapat disimpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Harian Kompas usai peristiwa *Lorem Ipsum* (kesalahan cetak) pada Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui serta menguraikan data dan informasi yang lebih terperinci dan mendalam mengenai strategi komunikasi

pemasaran yang dilakukan oleh Harian Kompas usai peristiwa *Lorem Ipsum* (kesalahan cetak) pada Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang membahas tentang "Strategi *Marketing Communication* Harian Kompas Usai Peristiwa *Lorem Ipsum* (Kesalahan Cetak) Pada Harian Kompas Edisi Rabu, 10 Juli 2019" diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi dan dapat memberikan sudut pandang yang baru terkait dengan strategi *marketing* komunikasi.
- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bagi perusahaan yang ingin merealisasikan strategi *marketing* komunikasi saat sedang mengalami permasalahan yang disebabkan oleh pihak internal perusahaan.

### b. Manfaat Akademis

- Penelitian ini dilakukan peneliti untuk memenuhi syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
- Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi pembaca mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Harian Kompas usai peristiwa *Lorem Ipsum* (kesalahan cetak) di Harian Kompas edisi Rabu, 10 Juli 2019.
- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penulis selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, baik dengan tema maupun metode yang sama.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, peneliti membuat kerangka sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I           PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan penelitian terdahulu, uraian mengenai konsep - konsep penelitian dan kerangka berfikir yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan memecahkan masalah dalam penelitian ini.

## **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian diantaranya metode pengumpulan data, teknik analisis data, penentuan informan serta waktu dan tempat penelitian dilaksanakan.

## **BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai deskripsi objek penelitian yang meliputi profil perusahaan, visi dan misi, unit analisis, hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB V           KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dan berisikan saran atau anjuran yang menyangkut aspek operasional, kebijakan ataupun konseptual.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat referensi yang digunakan oleh peneliti untuk melengkapi pengumpulan data dalam proses pengerjaan penelitian.

## **LAMPIRAN**

Berisikan data - data pendukung dari penelitian ini.