

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah elemen penting dalam kehidupan setiap makhluk. Tanpa adanya komunikasi, tentunya mereka tidak dapat mengerti apa yang diinginkan satu sama lain. Berbagai unsur terdapat dalam sebuah proses komunikasi tersebut di mana salah satu unsur yang tak kalah penting adalah media publikasi.

Sejak zaman dahulu, komunikasi mengambil peranan penting dalam hubungan interaksi antar manusia. Pada zaman purba misalnya, manusia-manusia purba menyampaikan pesan kepada manusia purba lainnya dengan cara menuliskan pesan berupa gambar di atas batu maupun di tembok-tembok gua.

Seiring dengan perkembangan otak manusia yang ditandai dengan kepandaian manusia tersebut, komunikasi mulai berkembang dengan menggunakan media berupa kertas dan sejenisnya untuk menyampaikan pesan melalui tulisan. Hasilnya, kualitas komunikasi antar individu pun menjadi lebih baik. Hal tersebut ditandai dengan semakin lancarnya pesan diterima oleh komunikan dari komunikator.

Berkembangnya komunikasi juga pasti ditandai dengan media atau sarana komunikasi yang digunakan oleh manusia. Setelah mereka memiliki kepandaian berlebih, manusia mulai menciptakan media-media komunikasi massa yang kita

kenal dalam dua bagian yakni media cetak dan media elektronik di mana tentunya keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam hal publikasi.

Pengertian publikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Poerwadarminta, 1976), adalah penyiaran. Menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia, publikasi adalah setiap materi yang dicetak, diterbitkan, serta diedarkan untuk disampaikan pada khalayak umum dalam format apapun seperti majalah, surat kabar (Nuradi, 1996:136). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa publikasi merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa menyiarkan, menerbitkan mengedarkan dan menyampaikan suatu materi, seperti objek, ide, gagasan dan informasi yang disampaikan pada khalayak umum atau masyarakat dalam bentuk / media apapun. Suatu kegiatan publikasi bertujuan sebatas menginformasikan dan memberitahukan suatu materi pada khalayak umum. Kegiatan publikasi memerlukan media penyampaian dan penerima pesan.

Publikasi adalah mengkomunikasikan sesuatu informasi yang perlu untuk diketahui oleh publik. Tingkat perlu tidaknya sebuah publikasi dilakukan tergantung dari apa yang akan dipublikasikan. Hal yang paling inti dari publikasi sendiri adalah menyampaikan informasi bagi khalayak umum, misal seperti mempublikasikan profil dari sebuah perusahaan, pesan yang disampaikan haruslah menciptakan citra positif perusahaan di mata publiknya. Citra positif dapat terbentuk bila publik mempunyai persepsi yang positif terhadap perusahaan. Persepsi ini harus lengkap dan tidak sepotong-sepotong. Agar hal itu dapat dicapai, maka publik harus dalam kondisi kecukupan informasi (*well-informed*)

tentang perusahaan. Artinya, tidak ada kesenjangan informasi antara perusahaan dengan publiknya dan sebaliknya. Informasi adalah segala hal yang dapat mengurangi ketidakpastian atau keragu – raguan akan situasi tertentu. Bila tidak mendapatkan informasi yang cukup gambaran tentang perusahaan akan sepotong-potong.

Era Informasi telah menemui zaman keemasan pada saat ini. Informasi menjadi kebutuhan sehari-hari bagi semua kalangan. Tidak hanya sekedar butuh tetapi tiap elemen baik itu pribadi, komunitas, masyarakat, swasta maupun pemerintah sangat berperan dan berlomba-lomba tidak hanya menjadi penerima (obyek) informasi tetapi berusaha menjadi pemberi (subyek) informasi.

Dari segi teknologi sendiri telah menemukan sebuah revolusi sebagai pemegang peran sebagai media atau sarana lalu lintas informasi. Terasa cepat dan makin mudah dimiliki maupun penggunaannya, mulai dari perangkat keras mobile maupun *desktop*, perangkat lunak, jaringan maupun antar jaringan atau internet hingga munculnya tren media sosial. Berbicara mengenai informasi maka kita pasti menemukan sebuah kepentingan. Banyak pihak mempunyai informasi dan ketika informasi tersebut disampaikan ke pihak lain maka peran publikasilah yang dibutuhkan.

Publikasi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi yang fungsinya untuk membangun citra perusahaan atau institusi. Selain itu bisa juga digunakan sebagai alat untuk mendukung pemasaran.

Publikasi diperlukan dalam kehidupan kita, pemanfaatan yang tepat sehingga bisa menghasilkan suatu karya yang bernilai lebih untuk di publikasikan

dalam kehidupan kita. Karena Publikasi sangatlah penting dalam menyampaikan suatu pesan tertentu kepada konsumen sehingga tercapai suatu tujuan yang diinginkan.

Melihat hal-hal tersebut di atas, peneliti sangat tertarik untuk dapat mengupas bagaimana peranan media publikasi yang digunakan oleh sebuah kegiatan bisnis.

Kesempatan yang luas dalam memasarkan produk barang atau jasa tersebut juga tidak disia-siakan oleh berbagai pihak produsen baik produsen barang maupun jasa. Sebagai contohnya adalah Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Sebuah pusat perbelanjaan yang menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat di Kota Surakarta.

Semakin banyaknya usaha yang berada di masyarakat luas tentunya juga menjadi alat pemicu orang-orang mulai "*ber-inovasi*" dengan memasarkan produknya. Baik melalui berbagai media publikasi yang ada, mulai dari media cetak yang sering kita jumpai di keseharian kita, mulai dari brosur, *pamflet*, *leaflet*, *teencard*, poster, spanduk, baliho, majalah, kalender, stiker dan lainnya, juga media elektronik seperti halnya televisi dan radio yang sangat dekat dengan kita, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, kita juga sering menjumpai *videotron* di jalan yang notabene termasuk kedalam media publikasi atau media untuk mengiklankan suatu produk atau jasa yang menggunakan teknologi modern jaman sekarang. Tak lupa juga media yang tak asing lagi bagi kita, yaitu media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, bahkan masih banyak lagi media sosial yang ada di dunia maya lainnya yang dipakai sebagai

media publikasi saat ini, karena media baru inilah yang saat ini sangat mudah diakses, bahkan dalam genggam tangan saja dimanapun dan kapan pun.

Kemunculan sosial media mulai merubah tatanan berkomunikasi masyarakat yang dulunya berlangsung dengan mulut ke mulut, kini berubah menjadi sebuah paparan dalam media sosial (Obal M., Burtch G., Kunz., W, 2011:37-44). Selain itu, media sosial juga sangat menarik karena selain tergolong sebagai media baru, media ini memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan dengan media cetak seperti koran, majalah, dan media cetak lainnya, ataupun media elektronik seperti televisi dan radio. Kecepatan menyebarkan informasi, jaringan penyebaran informasi yang mampu menembus geografis manapun dengan akses internet dalam waktu singkat, serta pendekatan personal ke personal, membuat media sosial menarik untuk diteliti.

Seiring dengan perkembangan media sosial tersebut, orang kini tak lagi hanya ingin mengenal orang yang *nan jauh* di sana. Kini media tersebut sudah berkembang manfaatnya menjadi alat pemasaran suatu produk. Bukan lagi menjadi ajang *narsis* atau ajang eksistensi diri.

Namun, cara mempublikasikan suatu produk atau jasa tersebut harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan.

Hal menarik tentang pembahasan media publikasi diatas menjadikan penulis ingin meneliti hal-hal yang lebih mendetail tentang peranan publikasi. Maka dengan ini penulis mengambil objek penelitian salah satu perusahaan di solo yaitu Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Solo Paragon *Lifestyle Mall* yang baru saja berdiri pada tahun 2011 lalu, menjadi perusahaan yang akan diteliti. Selain sebagai *mall*

terbesar dan kebanggaan Jawa Tengah tersebut, keberadaan media publikasi juga dinilai sangat penting peranannya dalam menyebarkan informasi, melalui beberapa macam media publikasi nya, Solo Paragon *Lifestyle Mall* tampak sangat gencar dalam mempromosikan produk, *event*, maupun informasi seputar Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

Dalam hal ini penulis mengambil salah satu media yang digunakan oleh Solo Paragon *Lifestyle Mall* sebagai sarana publikasi dan komunikasi pemasarannya.

Seiring perkembangan zaman dan desain di dunia, kalender juga dikemas dengan berbagai bentuk dan desain yang menarik, hal ini terjadi karena fungsi kalender saat ini tidak dibatasi hanya untuk dipakai sebagai penanda hari, bulan, maupun tahun saja, tetapi juga menjadi bagian dari promosi. Tidak sedikit perusahaan di Indonesia memproduksi kalender setiap tahun sebagai *merchandise* khusus untuk konsumennya.

Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk membahas tentang terbentuknya, penggunaannya, dan kegiatan apa saja yang dilakukan dengan media ini, sehingga sarana publikasi dan komunikasi pemasaran Solo Paragon *Lifestyle Mall* dapat berjalan dengan baik berkat fungsi dari media-media pendukung lainnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana media Kalender 2016 Solo Paragon *Lifestyle Mall* terbentuk?
2. Mengapa Kalender 2016 digunakan sebagai media promosi Solo Paragon *Lifestyle Mall*?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah-masalah yang dihadapi dan kemungkinan yang dapat dicapai penelitian ini mempunyai tujuan.

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan media kalender 2016 Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat :
 - 1) Memberi gambaran mengenai komunikasi media kalender yang ditujukan pada bidang promosi suatu produk barang, jasa maupun informasi lainnya.
 - 2) Memperluas dan memperkaya penelitian kualitatif dalam bidang ilmu desain komunikasi visual.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan :
 - 1) Memberikan penjelasan terhadap hal yang melatar belakangi berdirinya perusahaan Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

- 2) Bahan referensi bersama dalam memahami kegunaan media ini di Solo Paragon *Lifestyle Mall* maupun perusahaan-perusahaan yang menjual produk maupun jasa di Sekitar kita.

D. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian berkaitan dengan jenis penelitian, objek penelitian, instrument penelitian, sumber data (informan, gambar, sumber tertulis), jadwal penelitian.

Penelitian Ilmiah adalah penelitian yang sistematis, terkontrol, empiris, dan kritis tentang fenomena alami dengan dipandu oleh teori dan hipotesis tentang hubungan yang dikira terdapat di antara objek – objek yang diteliti.

Metode yang digunakan adalah teknik wawancara dan observasi tidak berstruktur. Jenis wawancara yang digunakan yaitu *semi structure*, yaitu wawancara yang sudah cukup mendalam karena ada penggabungan antara wawancara yang berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan dan pertanyaan yang lebih luas dan mendalam dengan mengabaikan pedoman yang sudah ada, karena sifatnya adalah wawancara yg semi formal, sehingga akan menghasilkan hasil wawancara dengan pertanyaan yang tidak terbatas dan jawaban yang tidak terbatas juga, kemudian data yang diperoleh dapat digunakan untuk memperluas penelitian.

Langkah selanjutnya yaitu observasi, tujuan observasi adalah mendeskripsikan *setting* yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut. Kemudian peneliti memilih informan lalu peneliti terjun dan terlibat tidak langsung ke dalam aktivitas informan tersebut sebagai subjek penelitian dengan kurun waktu 1-4 minggu yang akan menghasilkan data yang luas dan dapat menunjukkan hasil yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Selain dengan langkah wawancara dan observasi, teknik pengumpulan data selanjutnya dengan metode studi dokumentasi. Metode atau teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti bukti. Metode ini berasal dari sumber sumber nonmanusia. Salah satunya adalah foto, foto bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa apa yang terjadi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian pada media promosi poster *pylon* yang digunakan Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Beberapa pertimbangan yang diambil dalam menentukan lokasi penelitian tersebut adalah :

- a. Sesuai dengan pokok bahasan yang akan diteliti oleh peneliti.
- b. Kedekatan peneliti dengan lokasi penelitian sehingga lebih mudah dalam memperoleh data dan informasi.

3. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama yakni media Kalender 2016 Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Data primer diperoleh dari obyek penelitian lapangan dengan cara mengamati dan mengumpulkan data-data yang berguna dan berhubungan dengan judul dan skripsi serta permasalahan yang diteliti dan komunikasi yang dilakukan di dalamnya serta wawancara yang dilakukan dengan *management* Solo Paragon *Lifestyle Mall* yakni Veronica Lahji sebagai *Chief Marcomm*, Aji Budi Saputro sebagai *Coordinator Promotion*, dan Yulistra Ivo Azhari sebagai *Public Relation*.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sejumlah keterangan atau fakta yang digunakan oleh seseorang. Dalam hal ini, data sekunder sebagai penunjang data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari *company profile* Solo Paragon *Lifestyle Mall*, beberapa foto media publikasi atau promosi yang digunakan, *print screen Facebook* dan *Twitter*, serta struktur *management* Solo Paragon *Lifestyle Mall*, di mana untuk foto media publikasi atau promosi, *print screen Facebook* dan *Twitter* di-*print-out* oleh peneliti dalam skripsi ini. Begitu juga dengan *company profile* dan struktur *management*-nya.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi pustaka. Hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik wawancara mendalam merupakan data utama atau primer dalam penelitian ini. Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan kunci (*key informans*) yang didasarkan pada persyaratan-persyaratan utama sehingga mereka merupakan orang-orang yang dinilai dapat memberikan informasi yang bersifat konkret atau nyata perilaku mereka terhadap apa yang dipromosikan melalui media publikasi yang digunakan Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

Wawancara mendalam ini dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disusun dan digunakan sebagai *guidance*. Daftar wawancara disusun tidak berstruktur (*unstructured interview*) namun difokuskan (*focus interview*) pada pokok-pokok persoalan tertentu yang tercakup dalam tema pokok penelitian (Koentjaraningrat, 1985:3).

Penggunaan teknik wawancara terbuka (*overt*) dipilih karena dinilai lebih sesuai untuk penelitian kualitatif yang biasanya lebih berpandangan terbuka. Dengan teknik ini maka responden akan mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pula maksud wawancara tersebut. Karena itu, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik yang lebih bebas iramanya

yakni teknik wawancara tak berstruktur dengan susunan pertanyaan yang disesuaikan dengan keadaan dan ciri unik dari responden. Ini dimaksudkan agar tanya jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari.

b. Dokumen

Data dikumpulkan dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada lokasi penelitian atau mengadakan pencatatan lapangan. Catatan lapangan adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data (Lexy J. Moleong, 2002:135).

c. Instrumen Penelitian

Instrumen terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti mungkin menggunakan alat bantu untuk mengumpulkan data seperti kamera, *gadget*, jaringan internet, komputer, buku, dan lain – lain. Tetapi kegunaan atau pemanfaatan alat – alat tersebut sangat tergantung pada peneliti itu sendiri.

d. Uji Validitas Data

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Konstruksi (construct) adalah kerangka dari suatu konsep, validitas konstruksi menunjukkan sejauh mana instrument yang digunakan sebagai alat pengukur, benar-benar telah mengukur kerangka dari suatu konsep yang ingin diukur.

Guna menjamin validitas data yang dikumpulkan, maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan mengecek atau membandingkan terhadap data yang telah diperoleh atau menggunakan sumber data yang lainnya (Lexy J. Moleong 2002:178). Teknik Triangulasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dapat mengungkapkan validitas dan informasi yang diperoleh dari informan dan melakukan cek ulang dengan apa yang dikatakan pada pihak-pihak lain, sehingga informasi dan hasil akhir penulisan penelitian mengeluarkan hasil penelitian yang obyektif.

5. Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif berbentuk penjabaran non statistik dengan penalaran yang didasarkan pada teori yang berhubungan dengan masalah yang sedang dianalisis. Data kualitatif berupa informasi, uraian yang kemudian dikaitkan dengan data-data lainnya untuk memperjelas suatu kebenaran agar diperoleh gambaran baru atau dapat memperkuat gambaran yang telah ada sebelumnya.

Dari data wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian diolah dan ditranskrip dengan menggunakan *software* yang dipilih untuk menjabarkan hasil wawancara yang diperoleh dari informan. Kemudian peneliti juga mengumpulkan catatan-catatan lapangan selama melakukan

observasi untuk selanjutnya mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikannya.

Dengan melalui proses demikian maka sampai menjelang diupayakan penarikan kesimpulan, peneliti masih harus kembali membaca literature untuk dapat mengemukakan analisis- analisis yang lebih akurat dan memadai terhadap data yang diperoleh. Apabila memang diperlukan, perolehan dari membaca literature pada tahap akhir ini dapat disisipkan atau digunakan sebagai pengganti perolehan dari sumber literature yang sudah dikemukakan di bagian awal (Pawito, 102-103).