

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan swasta maupun pemerintah diwajibkan memberikan ruang publik, sebagai *Public Service* atau pelayanan publik. Hal ini tujuan untuk memberikan pelayanan sehingga menimbulkan kepuasan bagi publiknya. Ruang public bentuknya bisa berbagai jenis, misalnya perusahaan surat kabar menyediakan ruang atau halaman di surat kabarnya berupa kolom artikel atau surat pembaca. Kolom artikel atau kolom surat pembaca dimanfaatkan oleh pembacanya untuk menyampaikan ide, gagasan, pujian, bahkan kritikan atau keluhan mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan jasa atau produk lainnya.

Selanjutnya berdasarkan pengamatan penulis terhadap media cetak dalam hal ini surat kabar selalu menyediakan ruang atau halaman untuk menampung keluhan dari pada pembacanya. Keluhan ini disampaikan dalam bentuk surat pembaca oleh pembacanya dari berbagai lapisan dan status sosial masyarakat mengenai segala bidang permasalahan yang dihadapi masyarakat yang tidak puas terhadap pelayanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan swasta maupun pemerintah . Misalnya saja surat kabar Kompas paling sedikit memuat lima surat pembaca setiap harinya. Jadi kalau satu bulan saja rata-rata paling sedikit terdapat 150 ( lima puluh) surat pembaca di surat kabar Kompas. Saat ini surat kabar Kompas tidak hanya menampilkan surat kabar cetak secara fisik namun juga secara online (internet) yaitu *KOMPAS.com*. *KOMPAS.com*, juga selalu

menyediakan ruang atau halaman untuk surat pembaca. Misalnya saja berdasarkan pemantauan penulis pada tahun 2012 terdapat 271 surat pembaca dari berbagai lapisan masyarakat.

Kegiatan publisitas melalui surat pembaca merupakan salah satu kegiatan kehumasan dalam bentuk menyampaikan pujian bahkan keluhan terhadap pelayanan organisasi, produk, maupun perseorangan dari suatu perusahaan. Hal ini sebagaimana dikemukakan Kruckeberg (2004;215), publisitas adalah berita tentang seseorang, produk atau pelayanan yang muncul pada suatu ruang atau waktu yang media sediakan dalam bentuk berita, feature, atau kontak editorial, atau surat pembaca, atau program dalam dunia broadcast.

Dari pendapat di atas bahwa kegiatan publisitas tidak hanya diperuntukkan organisasi atau produk, akan tetapi bisa perseorangan (individu) dalam bentuk berita, feature, editorial atau surat pembaca melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Jika berita, feature, atau kontak editorial, atau surat pembaca, atau program dalam dunia *broadcast* bisa bernada negatif terhadap suatu perusahaan atau perorangan dan ini akan berdampak citra negatif pula pada organisasi atau perorangan tersebut. Oleh karena itu berita, feature, atau kontak editorial, atau surat pembaca, atau program dalam dunia *broadcast* yang bernada negatif perlu dicounter atau dibalas pada ruang dan kolom yang sama, agar citra perusahaan atau perorangan tersebut tidak negatif.

Kegiatan publisitas merupakan kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain,

publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah. Publisitas merupakan sebuah metode penyebaran informasi dalam penempatan pesan di media massa yang tidak membayar media untuk memuat berita bersangkutan. Media massa kerap melaporkan berita publisitas karena merupakan cara yang mudah dan ekonomis untuk mendapatkan berita dibanding harus mencari sendiri yang membutuhkan lebih banyak tenaga dan biaya.

Selain itu publisitas sebagai informasi yang tidak perlu membayar ruang-ruang pemberitaannya atau penyiarannya yang dapat mengakibatkan terbentuknya citra dan mempengaruhi orang banyak dan dapat berakibat aksi-dimana aksi ini dapat menguntungkan saat informasi dipublikasikan atau merugikan perusahaan.

Informasi berupa surat pembaca sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan, untuk berbagai kepentingan yang sifatnya sangat mendasar, karena itu perannya sangat luar biasa. Informasi surat pembaca pun menjadi sangat penting dalam aspek kehumasan, dimana informasi melalui surat pembaca tersebut bisa dimonitor oleh seorang pekerja *public relations*. Maka komunikasi melalui surat pembaca tidak dapat dipungkiri dan menjadi bagian yang sangat penting bagi perusahaan dalam menyikapi berbagai keluhan dan kritik dari konsumennya. Ketika seseorang mempunyai keluhan terhadap pelayanan perusahaan, sementara orang tersebut tidak mampu berhadapan dengan perusahaan tersebut, maka medialah yang menjadi sarana yang sangat dibutuhkan agar penyampaian komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Ada tiga jenis media yang digunakan dalam usaha menyampaikan informasi, yaitu media cetak seperti surat kabar atau koran, majalah, tabloid, brosur, pamflet, dan sebagainya. Media elektronik yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk menyampaikan berita atau pesan atau suara pendengar atau pemirsa, misalnya radio dan televisi. Media online yaitu media internet, seperti website, dan blog. Media massa yang ada di masyarakat, baik cetak maupun elektronik merupakan media yang memiliki fungsi memberikan informasi, alat kontrol sosial, mendidik dan menghibur. Namun dalam kegiatan kehumasan, kedua jenis media ini memiliki fungsi yang dominan dalam membentuk opini masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada surat pembaca di media *KOMPAS.com*, karena tergolong jenis media massa yang mudah diakses, cepat, dan murah dari segi biaya.

## **1.2. Identifikasi masalah.**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Jenis perusahaan apa saja yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?
2. Bidang masalah apa saja yang dikomplein oleh konsumen atau pelanggan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?

3. Apakah ada kesesuaian masalah yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan dengan jawaban perusahaan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?

### 1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : **“Apa kecenderungan bidang masalah yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan dan kesesuaian dengan jawaban perusahaan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com* periode 2012?”**

Dari rumusan masalah tersebut penulis membuat judul skripsi sebagai berikut : **“Kecenderungan bidang masalah yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan dan kesesuaian dengan jawaban perusahaan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com* periode 2012”.**

### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui jenis perusahaan apa saja yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?
2. Untuk mengetahui bidang masalah apa saja yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?
3. Untuk mengetahui kesesuaian masalah yang dikomplain oleh konsumen atau pelanggan dengan jawaban perusahaan melalui surat pembaca di *KOMPAS.com*?

### 1.5. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis: Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti, baik secara teoritis dan praktek dalam menjalankan kegiatan public relations dalam monitoring surat pembaca di *KOMPAS.com*.
2. Secara Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya dalam pelaksanaan kegiatan public relations dalam monitoring surat pembaca di media massa yang berkaitan dengan citra positif konsumen terhadap produk atau perusahaan.

### 1.6. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika penulisan dalam makalah skripsi ini terbagi dalam 5 bab yang masing-masing terbagi menjadi beberapa Sub-Bab. Garis besar sistematika penulisan dapat diuraikan sebagai berikut :

#### BAB I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Permasalahn
- C. Rumusan Masalah Penelitian
- D. Tujuan Penelitian
- E. Kegunaan Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

## BAB II. KERANGKA TEORI

- A. Tinjauan Pustaka
- B. Kerangka Pemikiran
- C. Definisi Konseptual dan Definisi Kategori

## BAB III. PROSEDUR PENELITIAN

- A. Metode Penelitian
- B. Bahan Penelitian
- C. Populasi dan Sampel
- D. Reliabilitas
- E. Teknik Pengumpulan Data
- F. Unit analisis
- G. Rencana Analisis Data

## BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Subyek Penelitian
- B. Hasil Penelitian
- C. Pembahasan

## BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran