

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada industri media di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Munculnya internet dan media digital seperti situs web dan jejaring sosial telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses informasi.

Meskipun pada saat ini media cetak sudah tergeser oleh media digital namun masih ada media cetak yang tetap eksis dan bertahan di era digital yaitu, Majalah Sekolah JUARA media massa yang didirikan di era global, tepatnya pada 10 April 2016 dengan versi cetak (majalah) dan terbit bulanan. Majalah Sekolah JUARA ini media yang bermitra dengan Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Asosiasi Kepala Sekolah Indonesia (AKSI) yang diterbitkan oleh PT. Media Starskuls Indonesia.

Majalah Sekolah JUARA pun pada saat ini dilengkapi dengan adanya media digital, yakni gorajuara.com dan goraedu.com. Gorajuara.com adalah portal pemberitaan online yang masuk didalam grup Promedia Teknologi Indonesia yang memberikan layanan informasi kepada pembaca dengan menghadirkan informasi perkembangan mengenai berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari. Berbeda dengan goraedu.com yang memprioritaskan berita terkait prestasi di dunia pendidikan dari berbagai jenjang. Sesuai dengan visi goraedu.com adalah mencerdaskan bangsa dan membentuk generasi muda berkarakter.

Majalah Sekolah JUARA terbit perdana pada Mei 2016 dengan oplah sebanyak 2.760 eksemplar dan didistribusikan di Bandung Raya dengan tampilan sebagai majalah umum, tetapi memberi prioritas dan fokus pemberitaan kepada bidang pendidikan mulai dari jenjang tingkat Taman Kanak-Kanak (TK), PAUD, SD, SMP, SMA, SMK dan SLB, serta insan pendidikan lainnya.



Gambar 1. 1 Cetakn Pertama Majalah Sekolah JUARA

Sumber: Arsip Redaksi Majalah Sekolah JUARA

Adapun teknik dari peliputan majalah ini yaitu pihak redaksi mendatangi langsung ke sekolah untuk mewawancarai, mengupas tuntas program sekolah

dan mengambil dokumen kegiatan. Tidak hanya mendatangi sekolah saja tulisan atau artikel pun bisa melalui email redaksi.

Majalah Sekolah JUARA hadir sebagai media penyeimbang dan tampil beda dibandingkan dengan media cetak lainnya, karena belum banyak majalah yang memberikan perhatian khusus kepada hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan. Khususnya untuk wilayah Jawa Barat. Sasaran pembacanya adalah Kepala Sekolah, Guru dan Siswa mulai dari jenjang Taman Kanak-Kanak (TK), PAUD, SD, SMP, SMA, SMK dan SLB, serta insan pendidikan lainnya.

Wilayah penyebarannya pun tidak hanya beredar di wilayah Kota Bandung saja tetapi sudah beredar di sejumlah wilayah Jawa Barat meliputi Kabupaten Bandung, Cimahi, Kabupaten Sumedang, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Cianjur, Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Purwakarta, Sukabumi, Karawang, Bogor, Subang, Indramayu, Kuningan, Cirebon, Majalengka, Depok dan Bekasi. Selain di wilayah Jawa Barat Majalah Sekolah JUARA ini beredar di sejumlah kota Provinsi lain seperti Aceh, Sumatera Utara, Bali, Sulawesi Utara, Kepulauan Bangka Belitung, Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jakarta.

Adapun harga dari Majalah Sekolah JUARA ini yaitu 25.000/eksemplar pada tahun 2016 sampai Februari 2023, seiring berjalannya waktu pihak redaksi dari Majalah Sekolah JUARA menaikkan harga menjadi 35.000/eksemplar.



Gambar 1. 2 Majalah Sekolah JUARA Edisi Januari 2023 dan Edisi Mei 2024

Sumber: Arsip Redaksi Majalah Sekolah JUARA

Promosi dari penjualan Majalah Sekolah JUARA ini yaitu dengan mendatangi ke setiap sekolah-sekolah, instansi dan lembaga pendidikan lainnya dengan menawarkan produk unggulan selain itu Majalah Sekolah JUARA pun membuat beberapa ajang kompetisi antar siswa maupun guru, seperti Lomba Karya Tulis dan Pesona Kreativitas Siswa yang dimana hal itu dimanfaatkan tim redaksi untuk sekaligus berpromosi mengenai majalah tersebut dan menjadikan majalah menjadi lebih dikenal di berbagai sekolah.

Memasuki era konvergensi media memungkinkan perusahaan media digital menyajikan produknya dengan cara yang lebih beragam, praktis dan serba cepat.

Menurut (Fiddler dalam (Prihartono, 2016), munculnya konvergensi media juga didukung oleh berbagai faktor seperti kekuatan ekonomi, politik dan sosial yang berperan penting dalam menciptakan teknologi baru berbagai penemuan dan inovasi belum banyak diadopsi karena keterbatasan teknologi itu sendiri dan adanya peluang serta alasan ekonomi, sosial dan politik yang mendorong berkembangnya teknologi baru.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini membuat keberadaan media massa khususnya media cetak semakin ditinggalkan pembacanya. (Riyanto, 2023)

Pada tahun 2014, posisi media cetak khususnya majalah yang menduduki peringkat keenam menunjukkan keterbatasan media massa saat ini. Fakta itu dijelaskan oleh lembaga riset Nielsen, bahwa penggunaan media di kota-kota baik di Pulau Jawa maupun luar Pulau Jawa menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media utama yang digunakan masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%).

Karena pada saat ini Pola konsumsi masyarakat sudah berubah hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap keberadaan media cetak seperti surat kabar, majalah dan tabloid, banyaknya media cetak memilih untuk memberhentikan penerbitannya.

Pada 1 Februari 2021, penerbitan Suara Pembaruan di bawah Beritasatu Media Holdings memberhentikan penerbitannya. Pada 2018, tabloid Bola

yang berusia 34 tahun juga berhenti terbit. Demikian pula harian Bernas yang berusia 72 tahun.

Pada tahun 2022 Kompas Gramedia (KG) menghentikan penerbitan media cetaknya yaitu Tabloid Nova terbit terakhir 22 Desember 2022 edisi 1818 dan 1819, Majalah Bobo Junior No. 20, terbit terakhir 21 Desember 2022, Majalah Mombi No.08, terbit terakhir 28 Desember 2022 dan Majalah Mombi SD No. 213, terbit terakhir 21 Desember 2022. Keempat media cetak tersebut akan berhenti terbit per Januari 2023.

Harian Republika berhenti terbit dan beralih ke digital pada 31 Desember 2022 menurut direktur PT Republika Media Mandiri penutupan tersebut karena transformasi ke digitalisasi, sebagai sebuah keniscayaan yang mana mereka akan mencurahkan kekuatan editorial dan sumber daya pada kanal digital dan akun-akun media sosial. Disusul oleh PT Media Nusantara Indonesia (MNI) memberhentikan penerbitan koran Sindo versi cetak maupun e-paper pada 17 April 2023. Selain itu, pada akhir Juli 2024 ini PT Era Media Informasi atau Gatra Media Group mengumumkan pemberhentian operasional pada seluruh unit bisnis yang terdiri dari Gatra.com Majalah Gatra Jateng, Gatrpedia.com dan Kanal Gatra TV, Serta semua hal yang terkait dengan Gatra. Pemberhentian ini dikarenakan adanya kesulitan-kesulitan terhadap dinamika dan tantangan di dunia media.

Seperti yang diketahui bahwa media konvensional yang dulunya menjadi sumber utama pemberitaan dan informasi sehari-hari, kini tergeser oleh media baru. Media konvensional yang lazim ditemui dalam kehidupan sehari-hari

seperti televisi, surat kabar dan radio semakin menjadi pilihan utama dalam mencari informasi. (Tasruddin, 2020)

Meski dunia percetakan terus mengalami kemerosotan, namun belum ada tanda-tanda kemakmurannya di masa depan dan hanya perusahaan atau pihak redaksi yang kuat untuk bertahan dan bisa mengantisipasinya di era digital ini.

Seperti Majalah Sekolah JUARA ini tetap eksis dan bertahan di era digitalisasi ini, meskipun mengalami pemerosotan jumlah oplah, namun dengan jumlah oplah pada saat ini yaitu sebanyak 1.500 eksemplar tergolong cukup besar untuk ukuran majalah lokal dan di era digital.

Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap perusahaan konvensional ini karena Majalah Sekolah JUARA ini masih bisa bersaing di era digital dengan promosi penjualan langsung dan mengadakan ajang kompetisi lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka diambil sebuah rumusan masalah yaitu : Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Majalah Sekolah JUARA untuk mempertahankan eksistensinya di era digital?

1.3 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang telah penulis rangkum pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, sehingga penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran untuk dapat mempertahankan eksistensi di Majalah Sekolah JUARA?
2. Bagaimana penerapan komunikasi terpadu pada Majalah Sekolah JUARA?
3. Apa saja faktor-faktor penghambat dalam mempertahankan eksistensinya di era digital?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran untuk dapat mempertahankan eksistensi di Majalah Sekolah JUARA.
2. Untuk mengetahui penerapan komunikasi terpadu pada Majalah Sekolah JUARA.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis
Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi referensi penelitian selanjutnya dengan tema dan metode yang sama khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai analisis strategi pemasaran komunikasi dan menerapkan teori-teori yang dipelajari dari perkuliahan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Usulan Penelitian ini mengenai “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” terdiri dari III (Tiga) Bab dimana sistematika penulisannya terdiri dari :

1. BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari tinjauan teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di Redaksi Majalah Sekolah JUARA Jl. Kebon Manggu No. 13, RT/RW 03/09, Karanganyar, Astana Anyar, Kota Bandung 40241
2. Waktu dalam penelitian ini, penulis diberikan waktu selama 6 bulan dalam menyusun penelitian yang berjudul, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Sekolah JUARA dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital.



Tabel 1. 1 Rincian Waktu Penelitian

No.	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
1	Tahapan Persiapan Penelitian	Observasi	April
		Identifikasi Masalah	April
		Pengajuan Judul Penelitian	April
		ACC Judul Penelitian	Mei
		Pengarahan Pembimbing	Mei
		Penyusunan BAB I	Juni
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB I	Juni
		Penyusunan BAB II	Juli
		Penyusunan BAB III	Juli
		Revisi BAB II dan III	Juli
3	Sidang Usulan Penelitian	Persiapan Usulan Penelitian	Juli
		Sidang Usulan Penelitian	Agustus
4	Penyusunan Skripsi	Observasi dan wawancara	Agustus
		Pengumpulan Data Penelitian	Agustus
		Penyusunan BAB IV	Agustus
		Revisi Bab IV	Agustus
		ACC BAB IV	Agustus
		Penyusunan BAB V	Agustus
		Revisi BAB V	Agustus
ACC BAB V	Agustus		

5	Sidang Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	Agustus
		Siding Akhir	Agustus

