

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

*Website* Pusat Informasi Kompas merupakan suatu *website* yang menjadi akses utama masyarakat untuk memperoleh informasi berita yang pernah diterbitkan sejak tahun 1965 hingga saat ini oleh Harian Kompas. *Website* ini memberikan kemudahan masyarakat untuk memperoleh data dari Harian Kompas sendiri. Oleh sebab itu penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan pengakses layanan tentang *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) melalui situs *pik.kompas.co.id*.

Proses komunikasi pada penelitian ini sendiri merupakan kegiatan menyalurkan pesan yang melalui saluran tertentu dan dapat menimbulkan efek tertentu. Harold Laswell mengatakan dalam Mulyana (2010:147) bahwa proses komunikasi adalah “*who says what in which channel to whom with what effect*” yang berarti “*who*” atau siapa yang adalah Harian Kompas sebagai sumber yang merangsang pesan, “*says what*” atau mengatakan apa yang berarti *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) yang menjadi pesan. “*In which channel*” yang berarti media yang digunakan dalam proses penyampaian pesan yaitu melalui *online (website)*, “*to whom*” yang berarti komunikan atau penerima pesan yaitu pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas (PIK), dan juga “*with what effect*” adalah efek yang akan timbul ketika pesan itu telah disampaikan kepada komunikan, yaitu efek kognitif (pengetahuan) dari pengakses layanan *website* tersebut.

Effendy menyatakan bahwa efek komunikasi diklasifikasikan menjadi tiga yaitu, efek kognitif (pengetahuan), efek afektif (emosional), dan efek konatif (perilaku). Efek kognitif merupakan efek yang berhubungan dengan pikiran dan penalaran di mana seseorang atau kelompok mencapai tingkat pengetahuan atas pesan atau informasi yang disampaikan. Efek afektif merupakan efek yang berhubungan dengan penalaran di mana seseorang mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka terhadap pesan yang disampaikan. Sedangkan efek konatif adalah efek yang berhubungan dengan niat, tekad, upaya dan usaha seseorang ketika sudah mencapai tahapan melakukan sesuatu atau perbuatan setelah menerima pesan (Effendi, 1993:318-319).

Dalam penelitian ini, peneliti hanya ingin mengkaji efek kognitif yaitu pengetahuan pengakses layanan tentang *website* Pusat Informasi Kompas atau yang disebut *website* PIK melalui situs *pik.kompas.co.id*. Peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan pengakses layanan *website* PIK karena melihat banyaknya manfaat yang akan didapatkan masyarakat ketika mengakses *website* tersebut, seperti data-data dari Harian Kompas, sumber berita yang terpercaya dan memiliki kredibilitas yang tinggi. Sehingga seseorang yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas (Effendy, 1993:318).

Berdasarkan hasil olahan data yang diperoleh peneliti melalui *pik.kompas.co.id*, adanya *website* PIK dikarenakan kurang lebih separuh abad sejak 28 Juni 1965 ribuan koran Kompas yang dibutuhkan masyarakat sebagai informasi mereka tertata dalam rak

di perpustakaan Kompas. Hal ini sangat jelas membuat masyarakat sulit untuk mendapatkan arsip berita lama secara cepat. Demikian banyaknya koran yang ada di dalam perpustakaan Kompas membuat masyarakat susah untuk mencari kata kunci yang mereka inginkan.

Pada awalnya Pusat Informasi Kompas (PIK) bernama Pusat Dokumentasi Kompas, sesuai dengan namanya Pusat Dokumentasi Kompas adalah unit yang mengumpulkan dan menyimpan media cetak seperti koran, buku, majalah dan *bulletin*, baik yang diterbitkan oleh perusahaan maupun penerbit lain. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, semua kegiatan Pusat Dokumentasi Kompas terkomputerisasi secara *online* melalui sistem jaringan lokal. (Sumber: wawancara Laurensia Fransiska, *Staff* Layanan Informasi Kompas).

Harian Kompas menyediakan fasilitas *website* PIK ini adalah untuk mendokumentasikan data-data tercetak dan untuk kalangan internal. Namun melihat banyaknya masyarakat yang menjadikan Kompas sebagai referensi utama informasi mereka, akhirnya sistem ini dapat diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menelusuri informasi yang pernah dimuat di Harian Kompas sejak pertama kali koran Kompas terbit pada tahun 1965. (Sumber: wawancara Laurensia Fransiska, *Staff* Layanan Informasi Kompas).

Pada tahun 1992 nama Pusat Dokumentasi Kompas diubah menjadi Pusat Informasi Kompas dan berkedudukan di bawah Litbang Kompas. *Website* PIK sendiri menjadi akses utama masyarakat untuk memperoleh informasi yang pernah diterbitkan

oleh Harian Kompas dan informasi ini dinamakan klipng Kompas. Selain klipng, *website* ini juga menyajikan katalog *online* koleksi buku perpustakaan Kompas. Sehingga untuk-masyarakat yang ‘haus’ informasi, akan ‘dipuaskan dahaganya’ tidak hanya dari klipng pemberian Kompas, melainkan juga dari buku-buku perpustakaan Kompas. Informasi lainnya yang dapat diakses adalah arsip foto Kompas, infografis, dan paket informasi. (Sumber: wawancara Laurensia Fransiska, *Staff* Layanan Informasi Kompas).

“*Website* PIK ini memiliki sistem pencarian seperti *Google*, namun sumber informasi yang diberikan adalah dari Harian Kompas. Sehingga setiap orang dapat dengan bebas memasukkan kata kunci yang ingin mereka cari dan mereka akan mendapatkan sumber yang *valid* untuk data yang mereka akses. Mengingat seluruh informasi yang ada pada *website* PIK merupakan hasil data dari koran Kompas yang sudah tercetak dan tersebar di Indonesia” (Laurensia Fransiska, *Staff* Layanan Informasi Kompas).

*Website* PIK dilengkapi dengan beberapa fitur di dalamnya seperti Kliping Kompas dari tahun 1965 hingga saat ini yang dapat diakses dalam bentuk teks, fitur Perpustakaan yang menyimpan sekitar 70.000 judul buku yang mencakup berbagai bidang, diantaranya politik, ekonomi, sosiologi, kesehatan, sejarah, jurnalisme, biografis, dan statistik (daerah dalam angka). Fitur Arsip Foto yang merupakan hasil dari ribuan karya pewarta foto Kompas dari era analog sampai digital. Fitur Visual Grafis, kumpulan karya visual grafis yang kaya informasi dan

pengetahuan yang merupakan hasil dari para *designer* Kompas dan dapat diperoleh dalam bentuk cetak berupa peta tiga dimensi, penampang bangunan bersejarah, cagar budaya, peristiwa alam, dan lain sebagainya. Fitur Paket Informasi yang merupakan layanan penelusuran informasi yang dikemas dalam bentuk paket informasi mengenai topik tertentu berdasarkan permintaan konsumen (Sumber: *pik.kompas.co.id*).

Terdapat beberapa cara untuk mengakses *website* PIK, yaitu dengan menggunakan *voucher* pascabayar atau sistem berlangganan dan menggunakan *voucher* prabayar atau sistem *voucher daily*. Tidak hanya dengan menggunakan *voucher* PIK saja untuk mengakses *website* tersebut, masyarakat juga masih dapat mengakses artikel Kompas secara langsung dengan berkunjung ke kantor Pusat Informasi Kompas di Jakarta.

*Website* PIK juga menjadi salah satu fasilitas di Kompas Corner yang ada di Universitas Multimedia Nusantara Tangerang dan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Adanya fasilitas *website* PIK melalui Kompas Corner yang ada di lingkungan pendidikan ini juga karena Kompas ingin membantu mendukung anak muda dalam memperoleh dan mengakses informasi berita, sementara mereka tengah asik dengan *gadget* dan tidak memiliki banyak waktu untuk membaca koran, serta melihat saat ini koran merupakan suatu industri yang mulai kehilangan pembacanya (Veronica Uci, *Marketing Communication*, divisi *Customer Relation*, Kompas).

Ardani Hendarta selaku *Manager Business Representative* Kompas Jawa Timur juga menambahkan bahwa, Kompas yang memiliki situs yang menyerupai *google* ini, merupakan bank data yang sudah terjadi dan informasi di dalamnya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Karena informasi tersebut merupakan bagian dari sejarah bangsa Indonesia yang telah terjadi. Hal inilah yang dijumpai oleh Kompas melalui Kompas Corner dan mesin *search engine* yaitu *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) tersebut.

“Kalau saja masyarakat saat ini banyak yang mengakses informasi berita melalui *google*, mereka masih harus benar-benar memilah dengan baik informasi tersebut. Berbeda ketika mereka mengakses *website* PIK, tentu sumber informasi yang mereka dapatkan akan jelas terpercaya. Memang tidak akan pernah sebagus *google*, namun dari sisi kualitas Kompas yakin *website* PIK ini dapat melebihi *google*” (Ardani Hendarta, *Manager Business Representative* Kompas Jawa Timur).

Melalui *website* PIK ini sendiri Kompas ingin memberikan kemudahan dan menjembatani kepada masyarakat yang ingin mencari data yang telah lama berlalu. Di manapun dan kapanpun masyarakat membutuhkan informasi yang ingin dicari, mereka tidak perlu lagi datang ke perpustakaan Kompas, cukup dengan akses internet dan membeli *voucher* PIK serta berkunjung ke situs *pik.kompas.co.id* akan langsung mendapatkan informasi yang diinginkan. Perkembangan teknologi membuat segala informasi dapat diperoleh melalui ‘ujung jari’ melalui *online* pada

jaringan internet, maka hadirilah *website* PIK yang menjadi solusi bagi masyarakat yang membutuhkan data.

Beberapa perusahaan, organisasi masyarakat, ataupun lembaga sosial yang ada saat ini juga berlomba-lomba untuk memasang *website* mereka dalam internet dengan tampilan visual yang menarik supaya masyarakat yang menjadi sasaran perusahaan akan mudah untuk mendapatkan informasi dari perusahaan itu sendiri (Cangara, 2013:136). Karena dengan adanya informasi yang disediakan pada *website* perusahaan, maka perusahaan dapat merangkul publik mereka guna menjalin hubungan antara perusahaan dan masyarakat itu sendiri melalui situs di internet.

Adanya berbagai kemudahan untuk mengakses internet membuat setiap orang tidak asing dengan pengaksesan media *online*. Gambar I.1 menunjukkan bahwa populasi *netter* Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014. Angka ini membuat Indonesia berada di peringkat keenam di dunia dalam hal jumlah pengakses internet. Diperkirakan pada tahun 2017, jumlah *netter* Indonesia akan mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang pada peringkat kelima, yang pertumbuhan jumlah internetnya lebih lambat.

<b>Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018</b>						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

Gambar I.1

*Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018*

Sumber: *tekno.kompas.com*, diakses pada tanggal 10 Februari 2016

Para pengakses internet aktif rata-rata mengakses internet tiga sampai lima jam per hari (*news.detik.com*, 2 Desember 2015). Dahulu internet hanya dapat diakses oleh sedikit orang yang memerlukan informasi. Namun saat ini tren pengaksesan internet semakin mewabah karena setiap orang dapat mengakses internet dengan cepat, murah, dan gampang melalui *smartphone*. Tujuan seseorang mengakses internet biasanya tidak lain untuk mereka ber-sosial media, belanja *online*, *chatting*, sampai dengan mengakses berita melalui situs *website*.

Sehubungan dengan adanya *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) yang diberikan oleh Kompas untuk membantu mendukung anak muda sekaligus masyarakat dalam memperoleh dan mengakses informasi berita, peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas melalui situs *pik.kompas.co.id*. Objek penelitian ini sendiri adalah



tingkat pengetahuan mengenai *website* Pusat Informasi Kompas (PIK), serta yang menjadi subjek penelitian adalah pengakses layanan *website* PIK.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana tingkat pengetahuan pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) melalui situs *pik.kompas.co.id*.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) melalui situs *pik.kompas.co.id*.

## **I.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya akan meneliti tingkat pengetahuan dan subjek yang diteliti adalah pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas (PIK).

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

### **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini akan memperkaya kajian komunikasi untuk penelitian sejenis yang menggunakan teori tingkat pengetahuan dan *website*.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai tolok ukur Kompas, sejauh mana tingkat pengetahuan pengakses layanan *website* Pusat Informasi Kompas (PIK) melalui situs *pik.kompas.co.id* dan juga sebagai bahan evaluasi bagaimana efektivitas *website* PIK untuk para pengakses.