

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan jaman, teknologi pun turut berkembang dengan sangat pesat. Adanya teknologi memudahkan manusia dalam segala hal, salah satu penemuan teknologi yang memudahkan manusia adalah internet. Internet saat ini menjadi salah satu kebutuhan primer masyarakat, hal ini dapat dibuktikan dari jumlah pengguna internet di seluruh dunia yang tiap tahunnya meningkat. Internet yang memiliki kemampuan untuk membantu penggunaanya dalam melakukan interaksi tanpa adanya batasan ruang dan waktu menjadi salah satu alasan banyak orang untuk menggunakan internet dalam kegiatan sehari-hari.

Perkembangan Internet yang semakin besar eksistensi dan fungsinya dimasyarakat ini di dorong juga oleh kemunculan ponsel pintar, salah satunya mendapat informasi khususnya informasi digital. Saat ini kita dengan mudah memperoleh informasi berkat adanya konvergensi media dan digitalisasi. Sebelum adanya konvergensi media masyarakat mendapatkan informasi atau berita melalui media konvensional seperti koran, radio, majalah atau sekedar informasi dari mulut ke mulut, namun semenjak adanya konvergensi dan digitalisasi, media konvensional tersebut tergeser atau beralih menjadi media *online*, sehingga informasi dapat diakses kapan saja, dimana saja serta tanpa ada Batasan wilayah.

Media *online* memiliki beberapa keunggulan yaitu Informasi yang disampaikan bersifat *up to date* (baru terjadi). media *online* dapat melakukan *upgrade* informasi dari waktu ke waktu. Hal ini disebabkan karena media *online* memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibanding jenis media massa lainnya. Informasi yang disampaikan bersifat *real time* merupakan salah satu keunggulan dari media *online* artinya media online dapat menyampaikan informasi dan berita saat peristiwa sedang atau baru saja berlangsung. Keunggulan

lain dari media online adalah Informasi bersifat praktis maksudnya dengan media *online* audiens dapat mengakses informasi di mana saja dan kapan saja, asal terhubung dengan jaringan internet. Media online sebagai media informasi dapat menyampaikan informasi kepada audiens melalui portal berita online atau website serta melalui media sosial yang dikelolanya. Mengingat media sosial saat ini menjadi sangat populer sehingga media online tersebut juga digunakan sebagai media penyajian dan penyebaran informasi. Melalui Media sosial, masyarakat bisa lebih mudah mengakses informasi dan berita yang diinginkan. Hal ini merupakan salah satu alasan peralihan masyarakat dari media berita konvensional seperti media cetak ke media online yang dapat diakses melalui media sosial asal terhubung dengan internet.

Melihat survei nasional pengguna Internet tahun 2018 yang telah dilakukan pada 9 Maret –14 April 2019 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) didapatkan data bahwa Bengkulu adalah provinsi dengan jumlah penetrasi penggunaan internet paling tinggi dibandingkan kota-kota lain di seluruh Indonesia dengan penetrasi internet mencapai 85 persen. Dapat dilihat dari gambar dibawah ini.



Gambar 1.1

Penetrasi Pengguna Internet Per Provinsi hasil survei APJII 2018

Sumber : <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>

Data diatas menunjukkan betapa besarnya jumlah penggunaan internet yang ada di Bengkulu, jika di kalkulasikan dengan jumlah penduduk Bengkulu dari data Badan Pusat Statistik Bengkulu (<https://statistik.bengkuluprov.go.id/> diakses pada 06 Desember 2020 pukul 16.13 WIB) jumlah penduduk Bengkulu pada tahun 2019 berjumlah 2.001.578 jiwa, dan 85 persen dari jumlah tersebut artinya sekitar 1.701.341 jiwa masyarakat Bengkulu telah menggunakan internet, dimana salah satu manfaat internet adalah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

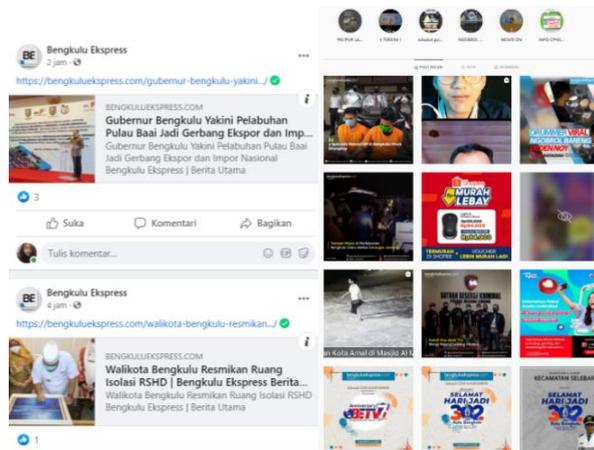
Kebutuhan masyarakat akan informasi inilah yang menjadi alasan munculnya media online lokal di hampir setiap provinsi serta kabupaten di Indonesia. Media online dinilai memiliki potensi yang lebih besar dalam proses penyajian dan penyebaran informasi dibanding media massa lain, hal ini dikarenakan luasnya jaringan internet yang memberikan berbagai kemudahan akses yang ditawarkan, hal ini berdampak pada media lokal yang beralih atau mengembangkan sayapnya melalui media online bukan hanya satu media tetapi banyak media khususnya surat kabar sehingga terbentuklah Industri media online lokal.

Seperti di Bengkulu, Bengkulu merupakan provinsi dengan daerah yang cukup luas yaitu 19.919 km dan terdiri dari 1 kota dan 9 kabupaten dengan beberapa dari kabupaten tersebut berada cukup jauh dari kota sehingga menyebabkan kejadian atau informasi penting yang terjadi di lokasi tersebut tidak terjangkau oleh media berita nasional dan walaupun kejadian tersebut diketahui biasanya informasi tersebut tidak segera diberitakan sehingga lebih lambat diketahui oleh masyarakat Bengkulu itu sendiri, padahal masyarakat tentunya membutuhkan informasi yang aktual.

Terkait kondisi tersebut untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Bengkulu, PT. Media Online Bengkulu muncul sebagai media *online* pertama dan menjadi pelopor media online di Bengkulu dengan mengeluarkan situs web Bengkulu Ekspres.com yang dirintis sejak tahun 2012 kemudian mendirikan perusahaan pada tahun 2014 dengan nama dagang Bengkulu Ekspres.com .

Pada awalnya Bengkulu Ekspres adalah perusahaan yang hanya menghasilkan surat kabar harian umum yang berdiri sejak 2 November 1998. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin banyaknya pengguna internet dan berkembangnya teknologi komunikasi yang cepat sehingga menyebabkan media harus memposisikan dirinya untuk bertahan di dunia jurnalistik ini, maka Bengkulu ekspres melebarkan sayap ke bidang Teknologi Informasi dan portal berita online dengan mendirikan perusahaan bernama PT. Media Online Bengkulu. Hal ini disebabkan oleh masyarakat yang semakin modern yang memanfaatkan internet sebagai media informasi. Perusahaan ini juga menjadi media online pertama dibengkulu yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers, dengan Nomor: 320/DP-Terverifikasi/KXII/2018.

Tidak dapat dipungkiri populernya internet merupakan salah satu alasan munculnya tren media sosial, Media sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Artinya, masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Nurudin, 2012:25). Oleh sebab itu, PT. Media Online Bengkulu juga menggunakan media sosial sebagai media penyajian informasi, dari semua media sosial yang digunakan PT. Media Online Bengkulu dalam menyajikan informasi, media sosial yang paling banyak pengikut adalah akun facebook dengan jumlah pengikut sebanyak 23.035 pengguna, namun informasi yang diunggah tiap harinya adalah link berita dari situs web bengkuluekspres.com. Sedangkan jenis informasi yang di unggah pada akun Instagram lebih beragam baik dari segi bentuk maupun isi dari informasi tersebut. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini perbandingan postingan pada akun facebook (Kiri) dan Instagram (Kanan) Bengkuluekspres.com.



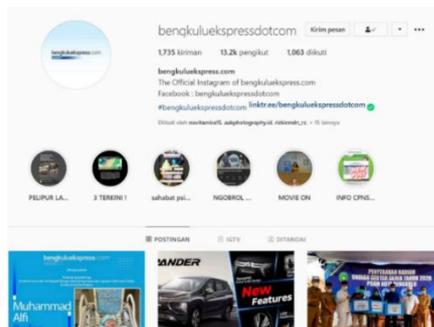
Gambar 1.2

Perbandingan konten pada Akun facebook dan Instagram
 Bengkuluekspres.com

Sumber : <https://www.instagram.com/bengkuluekspresdotcom/> dan
<https://www.facebook.com/bengkuluekspresdotcom/>

Akun Instagram @Bengkuluekspresdotcom cukup populer dengan memiliki 13,2 ribu pengikut dengan jumlah unggahan 1735 foto dan video. Konten yang diunggah pada akun Instagram berupa foto dan video mulai dari informasi mengenai yang sedang terjadi di provinsi Bengkulu, berita nasional hingga konten rekomendasi makanan dan tempat wisata di Bengkulu serta postingan iklan. Banyaknya jumlah unggahan menunjukkan tingkat aktivitas sebuah akun media sosial.

Berikut adalah capture dari akun Instagram @Bengkuluekspresdotcom yang memperlihatkan jumlah pengikut dan jumlah postingan, tautan, tagar serta *highlight* program yang digarap oleh PT. Media Online Bengkulu.



Gambar 1.3

Akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom

Sumber : <https://www.instagram.com/bengkuluekspressdotcom/>

Akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom merupakan media informasi berbasis media online yang memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak dibandingkan Kompetitor sejenisnya, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

| No. | Nama Akun Instagram | Jumlah Pengikut |
|-----|------------------------|-----------------|
| 1. | Bengkuluekspressdotcom | 13,2 ribu |
| 2. | Rakyat_Bengkulu_Online | 13 ribu |
| 3. | Bengkulutodaydotcom | 3 ribu |

Tabel 1.1

Perbandingan jumlah pengikut kompetitor (per tanggal 16 januari 2021)

Instagram saat ini menjadi media sosial yang populer karena pengguna dengan mudahnya mendapatkan dan membagikan informasi, dapat juga berbagi suatu karya seperti hasil fotografi dan lain sebagainya. Selain tingginya jumlah pengguna media sosial instagram, beragamnya fitur yang mendukung proses penyajian informasi adalah salah satu alasan PT. Media Online Bengkulu memilih instagram dalam menyajikan informasi yang telah diolah dan siap di sajikan kepada masyarakat bengkulu.

Instagram dibuat dan dikembangkan oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger* yang tergabung dalam perusahaan yang mereka bangun sendiri yaitu *Burbn.Inc* . Sampai akhirnya diakuisisi oleh facebook pada tahun 2012. Instagram juga menjadi media sosial yang populer juga dikarenakan memiliki banyak fitur yang tersedia didalamnya seperti *direct message* yang membuat antar pengguna Instagram dapat berkomunikasi langsung dengan mengirimkan pesan suara, pesan teks, video call, siaran langsung, mengirim foto dan video hingga *Gif* atau gambar bergerak, fitur lainnya adalah foto dan video yang dapat diunggah sekaligus dalam satu waktu dengan tambahan *caption* yang menjelaskan isi foto, pengguna lain dapat memberikan tanda suka dan komentar, fitur Instagram *stories* dapat membagikan video pendek selama 15 detik dan fitur instagram TV untuk video Panjang lebih dari

1 menit, terdapat juga fitur *live streaming* sehingga pemilik akun dapat berinteraksi langsung kepada pengikut, jika ingin mengiklankan sesuatu dapat menggunakan fitur yang bernama Instagram ads yang sangat berguna untuk menjangkau audiens diluar pengikut dengan menggunakan sistem targeting yang memungkinkan penggunanya untuk memperoleh informasi pengguna dan penargetan yang spesifik, seperti dari lokasi, usia, jenis kelamin, hobi, ketertarikan, dll. Masih banyak lagi fitur yang ada di Instagram yang membuat Instagram menjadi media sosial yang sangat populer.

Informasi yang di sajikan pada akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom berupa foto dan video yang disertai dengan keterangan, unggahan akun Instagram tersebut didominasi dengan informasi mengenai berita terkini seputar provinsi Bengkulu. Di akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom juga menyajikan informasi yang interaktif dengan cara rutin melakukan siaran langsung membacakan *Headline* berita pada koran harian Bengkulu Ekspres setiap paginya. Dapat dilihat dari data diatas PT. Media Online Bengkulu sangat mengoptimalkan pengelolaan akun instagramnya baik dalam berbagi informasi maupun mempromosikan sesuatu karena memanfaatkan semua fitur yang ada di instagram.

Salah satu informasi yang memiliki banyak peminat terbukti dari banyaknya jumlah tayangan yang terdapat pada akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom adalah postingan video yang berisikan informasi mengenai suspek pasien corona pertama dibengkulu pada 30 januari 2020 yang hingga 16 januari 2021 mendapat 20,739 jumlah tayang dan 42 komentar. Hal tersebut menunjukkan antusiasme masyarakat Bengkulu terhadap informasi yang dimuat oleh akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom tersebut cukup besar sehingga sangat tepat dikatakan bahwa akun media sosial ini digunakan sebagai salah satu media masyarakat Provinsi Bengkulu dalam memperoleh informasi.

Berikut capture dari postingan di Instagram @Bengkuluekspressdotcom tersebut yang menunjukkan jumlah tayangan, keterangan *caption*, tagar yang digunakan serta dan postingan tersebut telah melalui proses editing dan di beri logo Bengkuluekspress.com.



Gambar 1.4

Salah satu postingan pada Instagram @Bengkuluekspressdotcom

Sumber : <https://www.instagram.com/bengkuluekspressdotcom/>

Dari data diatas dapat dilihat informasi yang disajikan pada media sosial Instagram @Bengkuluekspressdotcom yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu sebagai media informasi cukup menarik minat audiens mengingat banyaknya jumlah tayangan pada beberapa postigan pada akun tersebut. Sebagai media *online* yang telah terverifikasi, PT. Media Online Bengkulu pasti memiliki strategi yang digunakan agar informasi yang disajikan aktual, faktual, terpercaya dan dapat menarik minat audiens.

Dalam hal ini, upaya tersebut dapat dikatakan pula sebagai strategi komunikasi ialah kombinasi yang paling baik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal (Cangara, 2014:61). Rogers dikutip oleh Cangara (2014:16) memberikan batasan tentang pengertian dari strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia. Anwar Arifin (1994:59-87) juga merumuskan strategi komunikasi ada empat langkah yang harus diperhatikan ketika menyusun sebuah strategi komunikasi yaitu, mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode serta Seleksi dan Penggunaan Media.

Adapun Strategi Komunikasi yang dilakukan tersebut dimaksudkan sebagai suatu strategi komunikasi dalam mengelola sebuah akun Instagram yang dijadikan sebagai media yang menyediakan informasi, sebagaimana dikemukakan oleh Shannon dan Weaver didalam buku yang ditulis Wiryanto (2004:29) dengan judul

Pengantar Ilmu Komunikasi dikatakan informasi adalah energi yang terpolakan, yang dapat mempengaruhi individu dalam mengambil sebuah keputusan dari kemungkinan pilihan yang ada. Maka dari itu informasi harus disampaikan secara menarik agar tujuan dari penyedia informasi tersebut dapat tercapai.

Dari apa yang telah di paparkan diatas maka peneliti melakukan sebuah penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @bengkuluekspressdotcom. dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif analitik, pendekatan ini dipilih agar mendapatkan data yang dibutuhkan secara mendalam dengan tujuan agar dapat menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam melakukan penyajian informasi tentang Provinsi Bengkulu melalui akun Instagram @bengkuluekspressdotcom. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pemilihan informan dengan pertimbangan dari aspek dan kriteria tertentu. Informan dalam penelitian ini yaitu terdapat Empat informan kunci yang merupakan direktur, wartawan, editor serta admin Instagram dari PT. Media Online Bengkulu dan satu orang informan ahli yaitu seorang dosen komunikasi.

Berdasarkan telaah dari kajian penelitian yang sejenis terdapat beberapa hal yang dapat memperkuat hasil penelitian mengenai strategi komunikasi sebuah media online dalam mengelola akun Instagram sebagai media informasi yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya penelitian terdahulu yang berjudul “Strategi Pengelolaan *Instagram @Infoponorogo* Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo” oleh Fitri Alam Nasyroh yang dimuat dalam ethesis.iainponorogo.ac.id. tahun 2020 menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengelolaan akun *instagram @infoponorogo* sebagai media informasi. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana admin akun tersebut mendapatkan, mengolah dan menyampaikan informasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil pertama yaitu Strategi dalam mendapatkan informasi adalah dengan melakukan strategi komunikasi yang terarah mulai dari pemilihan konten, penetapan komunikator, dan

penentuan target sasaran. Kemudian tahap mengolah informasi yaitu dengan membuat caption dan Menyusun pesan yang sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian informasi. Selanjutnya penyebarluasan informasi yang dilakukan akun @infoonorogo tidak hanya melalui posting di halaman utama atau feed, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang lain seperti instastory dan Instagram TV guna untuk menemukan feedback atau umpan balik dari followers. (Nasyroh, Fitri Alam, 2020).

Dari data dan alasan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi PT. Media Online Bengkulu sebagai salah satu media online dalam menyajikan informasi mengenai provinsi Bengkulu melalui akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom. Oleh karena itu, peneliti memilih judul penelitian **“Strategi Komunikasi PT. Media Online Bengkulu dalam Proses Penyajian Informasi Melalui Akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom”**.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana langkah perumusan strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan apa yang sudah dipaparkan pada latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini, adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom.?”

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat untuk semua pihak. Dalam penelitian ini manfaat yang dirasakan dikelompokkan menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Manfaat teoritis dari Penelitian ini yaitu diharapkan dapat menjadi referensi strategi komunikasi dalam proses pemenuhan informasi melalui media sosial instagram
- b. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi lebih bagi para pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi komunikasi.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana belajar dan memahami tentang strategi komunikasi dan proses penyajian informasi melalui media sosial instagram. Dan juga menambah wawasan peneliti dalam mengatur strategi komunikasi melalui media sosial Instagram.
- b. Bagi perusahaan, bermanfaat sebagai masukan atau acuan dalam merancang strategi komunikasi dalam menyajikan informasi.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu Penelitian : November 2020 – Agustus 2021

berikut rincian Periode penelitian :

Tabel 1.2
Periode Penelitian

| Kegiatan | Tahun 2020/2021 | | | | | | |
|---|------------------|------------------|-----------------|------------------|-------------------------|--------------|-----------------|
| | Bulan | | | | | | |
| | November 2020 | Desember 2020 | Januari 2021 | Februari 2021 | Maret - juni 2021 | Juli 2021 | Agustus 2021 |
| Menentukan topik | | | | | | | |
| Pra penelitian | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal | | | | | | | |
| Desk Evaluation | | | | | | | |
| Revisi proposal dan Penelitian lapangan | | | | | | | |
| Penyusunan skripsi | | | | | | | |
| Sidang Akhir | | | | | | | |