

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merencanakan dan mengelola strategi komunikasi pada dasarnya adalah mencapai tujuan. Namun, untuk melakukan ini, strategi harus mendemonstrasikan bagaimana taktik operasional diimplementasikan daripada hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah. Dalam artian bahwa strategi yang berbeda dapat digunakan kapan saja, tergantung pada keadaan.

Strategi komunikasi terdiri dari komponen-komponen penting yang harus dikaji dan dipahami secara menyeluruh, yaitu teknik interpretasi makro dan mikro. Untuk memberikan arti yang komprehensif dalam rencana komunikasi yang realistis, pemahaman ini sangat penting. Makna komprehensif harus diberikan dalam analisis selanjutnya dari rencana komunikasi praktis.

Minat membaca bukanlah sesuatu yang lahir begitu saja dalam diri seseorang, akan tetapi minat membaca harus dipupuk sejak dini. Minat baca juga merupakan kesadaran yang kuat untuk memiliki kemampuan membaca dengan tingkat konsekuensi tertentu, guna memahami hakikat masalah yang dibaca orang tersebut.

Beberapa orang menikmati berbagai jenis hal, dan kadang-kadang mereka mengambil persona sementara atau permanen saat membaca. Namun, masyarakat menyempatkan diri untuk memperoleh informasi melalui media cetak, seperti surat kabar, majalah, dan lain sebagainya, untuk memenuhi tuntutan mereka

sebelum ada media internet. Sebagai hasilnya orang menjadi lebih baik dalam menyampaikan kegiatan seperti membaca.

Pola pikir manusia mengalami kemajuan dan modernisasi seiring dengan perkembangan zaman dalam hal komunikasi dan teknologi, dan ini berlaku juga dalam bidang jurnalistik atau media (*pers*). Dengan berkembangnya internet dan munculnya media online, media pun berkembang dengan cepat. Bahkan, media online saat ini sering disebut sebagai masa depan jurnalisme. Pengenalan media online merupakan revolusi baru di bidang jurnalisme.

Kemunculan internet seperti yang kita kenal selama sepuluh tahun terakhir ini telah memberikan dampak pada setiap aspek kehidupan masyarakat khususnya terhadap peran media online sebagai penyampai informasi kepada khalayak. Munculnya layanan berbasis online telah mengubah cara pengguna berinteraksi satu sama lain dan mengonsumsi informasi. Media tradisional, khususnya media televisi, ditantang oleh hal ini. Selain itu, masyarakat telah beralih dari media tradisional yang telah beroperasi sejak lama ke media online sebagai sumber informasi, sehingga terlihat jelas bahwa jumlah pengguna internet meningkat secara berkala sejak munculnya internet sampai saat ini.

Masyarakat sekarang menggunakan media sosial sebagai alat utama mereka untuk mengumpulkan informasi yang mereka butuhkan. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap bagaimana cara atau strategi komunikasi yang digunakan oleh media online dalam menarik minat publik agar lebih banyak mengklik atau mengakses informasi yang sudah disajikan di dalam website berita. Karena tak bisa dipungkiri, kebutuhan publik akan informasi untuk sekarang ini sangatlah penting dan dibutuhkan dalam waktu yang singkat agar cepat mendapatkan informasi tentang suatu kejadian atau peristiwa.

Penyebaran informasi dapat dipercepat berkat media baru, yang sering dikenal sebagai sektor digital yang berkembang dengan pesat. Setiap orang termotivasi untuk bersaing untuk mendirikan perusahaan digital mereka sendiri sebagai hasilnya. Dengan kata lain, mereka berusaha mengubahnya menjadi organisasi media yang melakukan lebih dari sekadar memberi informasi kepada khalayak umum.

Namun dalam pertarungan bisnis media online, mereka menggunakan bisnis media sebagai wadahnya. Selain itu, masyarakat beralih dari media tradisional yang sudah ada sejak lama ke media internet sebagai sumber informasi untuk mengikuti perubahan global. Menurut berbagai laporan, jumlah orang yang menggunakan internet terus meningkat sejak pertama kali populer.

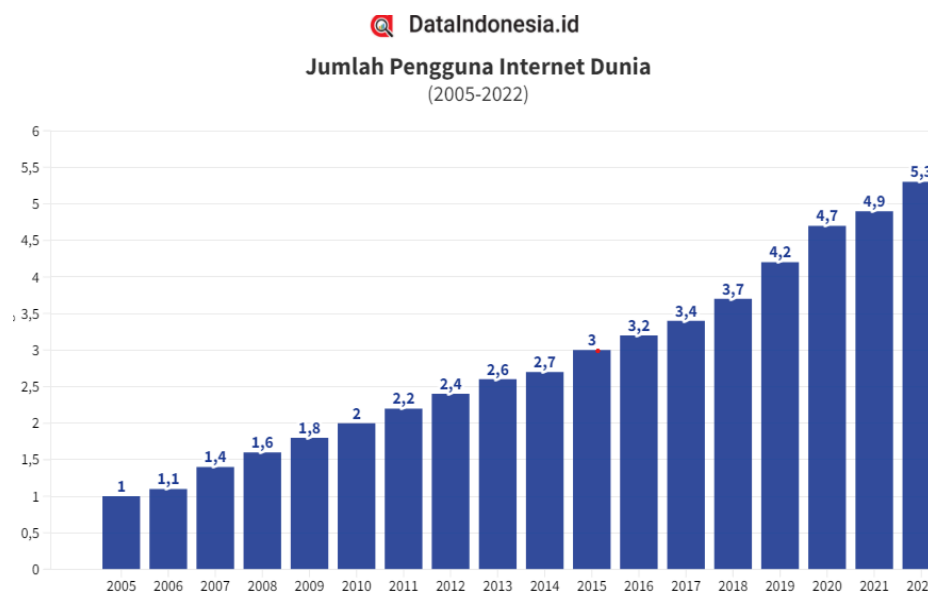
Media sosial modern telah membuat orang bergantung pada penjelajahan online, dan kualitas keterlibatan sosial, komunikasi, dan kecepatan saat ini sedang populer. Situs jejaring sosial digunakan untuk memfasilitasi koneksi dengan orang lain dan pertukaran ide. Mengirim dengan demikian merupakan sarana bagi orang untuk mengkomunikasikan dongeng kepada orang lain melalui jejaring sosial menggunakan teks, gambar, video, dan media lainnya. Sementara jejaring sosial cepat dalam menyebarkan informasi, seorang jurnalis yang menyampaikan berita dengan cepat tidak dapat mengikutinya.

Media berfungsi sebagai sumber informasi bagi siapa saja atau organisasi mana pun yang tertarik mengikuti evolusi realitas sosial. Media juga menawarkan opini atau rangkuman berbagai bentuk informasi, antara lain berita yang akurat, informasi gaya hidup, hiburan, kesehatan, politik, olahraga, dan topik lainnya.

Akibatnya, media disebut sebagai alat untuk berkomunikasi dengan audiens yang dituju.

Media online adalah output jurnalistik yang dihasilkan secara online dan ditransmisikan melalui internet. Ini dipahami sebagai alat untuk memberikan informasi tentang fakta atau kejadian lokal. Media online menjadi subjek penelitian media baru dari sudut pandang studi media atau komunikasi massa. Frasa ini merujuk pada permintaan akses informasi pada perangkat digital apa pun, kapan pun, dimana pun, serta umpan balik pengguna yang interaktif, keterlibatan kreatif, komunitas, dan produksi konten.

Menurut *International Telecommunication Union* (ITU), akan ada 5,3 miliar pengguna internet di seluruh dunia pada tahun 2022. Ini menunjukkan bahwa 66% orang di seluruh dunia telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di seluruh dunia meningkat 8,16% dari tahun lalu. ITU memperkirakan ada 4,9 miliar pengguna internet di seluruh dunia pada tahun 2021. Jumlah pengguna internet di seluruh dunia cenderung meningkat setiap tahunnya, sesuai tren. Tahun 2019 mengalami peningkatan pengguna internet terbesar, 13,51%. Riset *Global Web Index* menyebutkan bahwa pada tahun 2022, orang di seluruh dunia menghabiskan rata-rata 403 menit atau 6 jam 43 menit untuk mengakses internet. Kali ini lebih pendek 13 menit dibandingkan pada tahun lalu yang selama 416 menit atau 6 jam 56 menit. Penurunan ini merupakan yang pertama kali terjadi setelah Covid-19 mewabah di dunia. Namun, durasi tersebut masih lebih tinggi dibandingkan masa prapandemi pada 2019 yang selama 401 menit atau 6 jam 41 menit.



Gambar 1.1 Jumlah Penggunaan Internet Tahun 2022

(Sumber : DataIndonesia.id)

Harian Garut News (HGN) adalah media online yang ada di Garut. Media HGN memulai perjalanannya kurang lebih tahun 2014-an, sekarang ini media HGN senantiasa berkontribusi di ranah media sebagai alat penyampai informasi seputar Garut. Dengan adanya industri media HGN berkomitmen untuk terus memberikan program dan layanan yang terbaik untuk masyarakat. Media online ini merupakan salah satu media yang ikut bersaing dan berkembang di tengah era digital sekaligus menyebarkan informasi seputar daerah Kabupaten Garut ini memang mengakui bahwa eksistensi berita online yang mereka buat cukup banyak digandrungi oleh khalayak, karena banyak masyarakat yang lebih memilih untuk mencari informasi di media digital.

Peneliti menggunakan pendekatan Kualitatif dan teori Strategi Komunikasi. Penelitian kualitatif ini menitikberatkan pada fenomena sosial didalam kehidupan masyarakat secara mendalam dalam lingkup yang sempit, untuk memahami

orang-orang disekitarnya yang terkait dengan masalah yang diteliti dan peneliti sebagai alat ukur. (Yusuf, 2014).

Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Portal Berita HarianGarutNews.com Dalam Menarik Minat Baca Publik ini akan dikaji dan dianalisis secara ilmiah menggunakan Teori Strategi Komunikasi. Menurut buku Onong Uchjana Effendy “Teori dan Praktek Ilmu Komunikasi”, strategi komunikasi diartikan peta jalan bagi perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus mampu mengarahkan seberapa strategis operasinya harus dilakukan, dengan pendekatan yang berubah-ubah berdasarkan situasi dan kondisi. (Uchjana, 2018).

Sementara itu, Edi Suryadi menjelaskan dalam bukunya “Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teoritis dan Praktis di Era Global” strategi komunikasi adalah rencana komunikasi yang melihat sumber, proses pengolahan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. (Suryadi, 2018). Dimensi komunikasi terkait erat dengan dimensi yang diusulkan oleh spesialis. Head (2007: 39) menunjukkan bahwa pemerintah dapat menggunakan banyak dimensi komunikasi untuk menyampaikan pesan dan layanan pembangunan kepada masyarakat umum.

Namun, Harold Lasswell mencantumkan dimensi komunikasi diantaranya “*who*” (siapa) sebagai komunikator, yang berperan untuk memulai percakapan, secara individu, dalam kelompok, dan sebagai institusi, di antara aspek-aspek komunikasi. “*says what*” (mengatakan apa) kemudian mengacu pada informasi

yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan. Kemudian, "*in which channel*" (dengan media apa) merupakan saluran atau media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Komunikator selanjutnya harus memutuskan penerima (komunikan) "*to whom*" (kepada siapa) pesan atau informasi saat mengirimkan pesan. Akhirnya, "*with what effect*" (dampak yang dihasilkan), penting untuk menentukan apakah komunikan telah berubah akibat menerima pesan, seperti memiliki lebih banyak informasi, memiliki sudut pandang atau sikap yang berbeda, dan lain-lain.

Kajian sebelumnya dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Media Online Imam Bagus Syuhada (2012) metode deskriptif kualitatif Detik.com berfokus untuk mengkaji bagaimana Detik.com media online Indonesia yang sudah lama berdiri bersaing dengan media online yang sudah mapan, cukup besar, dan sering dikunjungi. Agar penulis dapat mengkaji, menarik kesimpulan, dan mencari solusi atas kejadian tersebut, peneliti perlu menemukan apa yang menopang situs Detik.com pada periode media online saat ini.

Sebuah studi kasus digunakan sebagai kerangka teoritis penelitian karena memberikan analisis rinci dari banyak karakteristik yang berbeda dari seseorang, kelompok, organisasi (komunitas), program, atau situasi sosial. Temuan menunjukkan bahwa data observasi adalah laporan deskriptif tentang persepsi peneliti tentang inisiatif pembangunan citra, pemasaran, dan promosi perusahaan. rincian yang diperlukan agar penulis dapat memeriksa, menarik kesimpulan, dan menemukan solusi untuk situasi ini. (Syuhada, 2012).

Persamaan pengkajian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan saya saat ini adalah sama-sama melihat strategi komunikasi media online. Namun yang membedakan keduanya ialah pengkajian terdahulu meneliti tentang strategi pemasaran situs Detik.com yang mampu bersaing dengan media online yang sudah besar dan memiliki pengunjung tetap dan bertahan.

Sedangkan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti tentang strategi komunikasi media online dalam menarik minat baca publik. Novelty (kebaruan) dari penelitian ini berbeda dari segi teori yang digunakan dengan penelitian terdahulu.

Peneliti memilih penelitian di Harian Garut News karena HGN mempunyai strategi khusus dalam menggali informasi sejauh mana pemberitaan yang disajikan oleh media HarianGarutNews.com dalam menarik daya minat baca publik. Berdasarkan pemaparan sebelumnya alasan peneliti memilih topik daya minat baca publik karena munculnya media online membawa pengaruh pada minat baca public terhadap sebuah berita. Untuk itu peneliti menetapkan judul Strategi Komunikasi Portal Berita HarianGarutNews.com Dalam Menarik Minat Baca Publik pada penelitian ini.

1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas fokus penelitian ini adalah seperti apa Strategi Komunikasi Portal Berita HarianGarutNews.com Dalam Menarik Minat Baca Publik?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang, peneliti menyusun beberapa pertanyaan diantaranya:

1. Bagaimana cara portal berita HarianGarutNews.com mengenali sasaran komunikasi dalam menarik minat baca publik?
2. Bagaimana cara portal berita HarianGarutNews.com pemilihan media komunikasi dalam menarik minat baca publik?
3. Bagaimana cara pengkajian tujuan pesan komunikasi portal berita HarianGarutNews.com dalam menarik minat baca publik?
4. Bagaimana peran komunikator portal berita HarianGarutNews.com dalam menarik minat baca publik?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud menjelaskan penggunaan Strategi Komunikasi Portal Berita HarianGarutNews.com Dalam Menarik Minat Baca Publik.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan portal berita HarianGarutNews.com mengenali sasaran komunikasi dalam menarik minat baca publik.
2. Untuk mendeskripsikan portal berita HarianGarutNews.com pemilihan media komunikasi dalam menarik minat baca publik.
3. Untuk mendeskripsikan pengkajian tujuan pesan komunikasi portal berita HarianGarutNews.com dalam menarik minat baca publik.

4. Untuk mendeskripsikan peran komunikator portal berita HarianGarutNews.com dalam menarik minat baca publik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan bisa memberi pengetahuan praktik strategi komunikasi suatu informasi untuk disebarluaskan kepada khalayak.
2. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi bahan kajian bagi peneliti lainnya sebagai referensi untuk tahap penelitian berikutnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat, menambah ilmu serta wawasan khususnya bagi kalangan mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat praktis untuk peneliti selanjutnya yaitu penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi tambahan yang relevan untuk penelitian selanjutnya khususnya mahasiswa Fkominfo Uniga.
2. Manfaat praktis bagi mahasiswa yaitu sebagai pedoman untuk meningkatkan objek penelitian untuk di masa depan.
3. Manfaat praktis bagi portal berita HarianGarutNews.com yaitu bisa menjadi acuan atau referensi agar bisa berkembang lebih baik lagi sebagai salah satu media penyampai informasi yang ada di Kabupaten Garut.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Kantor Redaksi Koran Harian Garut (Villa Lembah Asri Blok C No 17, Desa Mekargalih, Kec. Tarogong Kidul, Kab. Garut, Jawa Barat (44151).

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan September tahun 2022 – bulan Juli tahun 2023.