

BAB I

PEDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media pers atau media massa merupakan salah satu sarana komunikasi penyampaian pesan kepada masyarakat atau *audience* melalui tulisan, siaran dan tayangan biasanya pers akan memberikan berbagai macam informasi dan masyarakatpun dapat menemui informasi tersebut dalam berbagai media.

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media massa adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya. Namun banyak orang yang tidak menyadari hubungan fundamental antara manusia dan media itu, dan keliru menilai peran media dalam kehidupan mereka. Karena banyak yang menyalah gunakan demi kepentingan pribadi.

UU No.40 Tahun 1999 tentang pers, pers merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi, mencari, memperoleh memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Dengan kemajuan teknologi, kini media konvensional atau media cetak mulai beralih ke media digital dengan memanfaatkan teknologi. Tak hanya media cetak, media elektronik dan media *online* ikut berkembang pesat, maka segala sesuatu mudah untuk di akses hanya dengan menggunakan ponsel dan masyarakat pun dimudahkan untuk berinteraksi dengan siapa saja baik dalam negeri maupun luar negeri.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi ini adalah dengan hadirnya teknologi internet. Dimana teknologi inilah yang membantu masyarakat berkomunikasi jarak jauh serta mendapatkan informasi dengan cepat. Atas kecanggihan teknologi internet kini semuanya serba digital. Dengan era digital memudahkan kita untuk mengakses segala informasi, dan memenuhi kebutuhannya melalui jejaring *online* masyarakat dengan mudah mendapatkan berita-berita, tanpa harus mencetaknya.

Teknologi dan informasi saat ini ikut menentukan perkembangan hidup manusia, salah satunya perkembangan teknologi internet yang mendukung kebaruan media sehingga memudahkan akses kepada penggunanya karena berbasis teknologi jaringan internet. Kemudahan inilah yang membuat berita semakin cepat dan efisien untuk disebarluaskan kepada khalayak.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet sebagai ruang untuk mengakses jejaring sosial. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram

global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,2% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya (year-on-year/yoy).

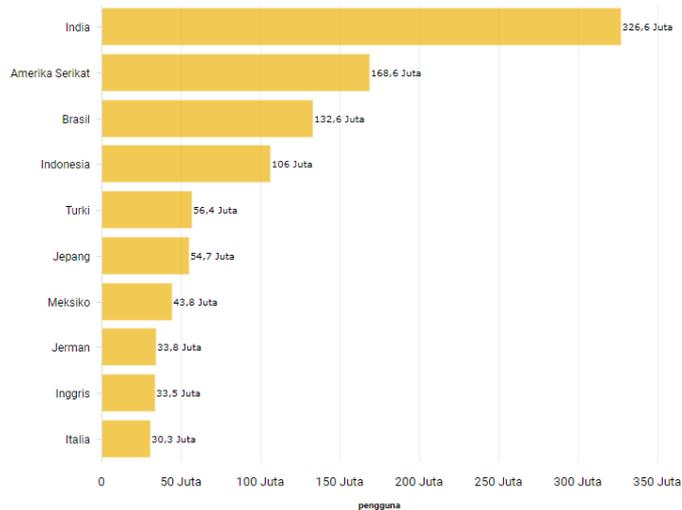
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) resmi merilis hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia pada 2023. Peningkatan penetrasi ini masih didorong oleh penggunaan internet yang kian jadi kebutuhan masyarakat, khususnya semenjak pandemi Covid-19 pada 2020.



Gambar 1. 1 SURVEY APJII 2023

Di tahun ini penggunaa internet di Indonesia meningkat 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa.

Sementara jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 106 juta orang per April 2023. Ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. (Annur, 2023)



Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram

Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Sehingga saat ini media baru bermunculan. Di era saat ini internet memudahkan masyarakat dalam mengakses kebaruan dari media komunikasi. Media baru dapat dilihat dari segala aspek mulai dari hiburan, kesenangan dan pola konsumsi media.

Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi media baru atau *new media*. Media sosial adalah sebuah media *online* dengan memudahkan para penggunanya mengakses , berpartisipasi, berbagi hingga menciptakan sebuah konten yang dapat berbentuk video ataupun dapat menciptakan sebuah informasi yang disampaikan meliputi blog, jejaring sosial, wiki, dan lain sebagainya.

Platform platform digital berikut dapat diakses dimanapun sehingga masyarakat dapat menjadi penulis ataupun pembaca.

Ruang virtual menjadi lokasi di mana interaksi sosial berjalan dan virtual society itu ada. Instagram tidak sekedar medium untuk mengunggah konten (teks, audio, atau video). Media sosial tersebut adalah arena tempat pemaknaan sebuah realitas virtual yang seiring berjalannya waktu menjadi semacam budaya internet. Teman – teman terkoneksi di media sosial merupakan anggota komunitas sekaligus anggota itu masyarakat/negara yan lebih luas. Interaksi yang terjadi di antara anggota itu mengambil lokasi di perangkat media sosial layaknya tempat – tempat di dunia nyata.

Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri. Orang – orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana menjaga silahturrahmi biasanya memilih media sosial yang bersifat *private* saja

Dengan adanya perkembangan media sosial ini tak hanya masyarakat biasa, lembaga pemerintah dan perusahaan yang bergerak dibidang bisnis pun turut bergabung kedalam media sosial. Mereka menyebarkan informasi informasinya melalui media sosial ini dengan tujuan untuk mempermudah akses mereka ditemukan oleh masyarakat. Khususnya media sosial Instgaram kini hampir seluruh masyarakat memanfaatkan instagram sebagai media promosi dan juga penyebaran

informasi, maka tak salah jika berbagai perusahaan bisnis ikut bergabung di media sosial intagram.

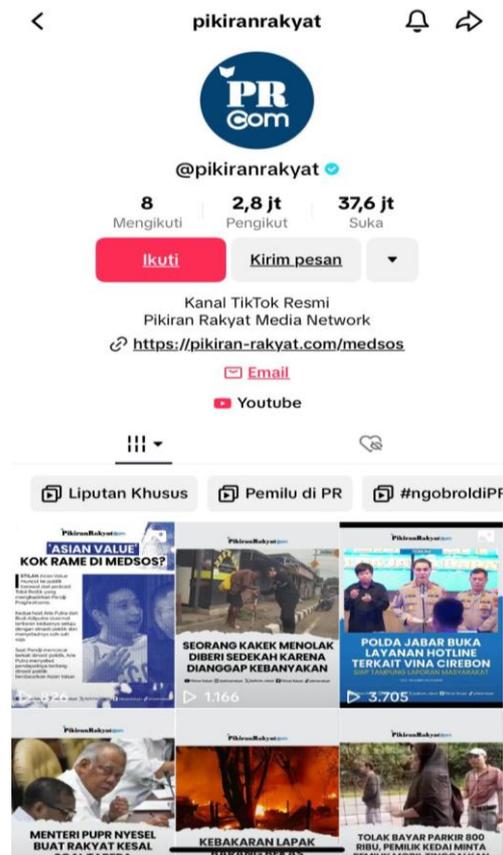
Karena kemudahannya kini berita berita pun di temui di berbagai media sosial dan tak hanya lembaga pers yang dapat menyebarkan berita saat ini masyarakatpun bisa untuk ikut mengunggahnya untuk di sebarakan ke khalayak. Yang biasa disebut dengan *citizen journalism*, ini merupakan salah kebaruan didunia pers yang dimana masyarakat juga bisa menyebarkan informasi terkait lingkungan sekitarnya. Maka dari sanalah lembaga pers berlomba lomba untuk menaikkan popoularitas lembaganya untuk tetap diminat oleh masyarakat umum.

Dengan media sosial yang kini hadir di tengah tengah masyarakat memudahkan seegala bentuk informasi tersebar luaskan dengan bahasa lain viral, kejadian viral ini dapaat di manfaatan oleh berbagai media pers untuk ikut memposting atau menyebarkan fenomena yang sedang trend dikalangan masyarakat (Widiastuti, 2019)

Salah satu media massa yang saat ini masih menyiarkan berita dengan mengikuti perkembangan zaman yaitu Pikiran Rakyat. Dalam era digitalisasi ini pikiran rakyat mampu bersaing dengan media pers lainnya, karenanya Pikiran R menyiarkan berita tidak hanya melalui media konvensional seperti koran.



Gambar 1. 4 followers Instagram



Gambar 1. 3 followers Tiktok

Pikiran Rakyat memiliki berbagai akun media sosial diantaranya instagram dan tiktok dari data di atas terlihat bahwa Pikiran Rakyat memiliki jumlah pengikut instagram sebanyak 204rb dari data tersebut juga terlihat bahwa Pikiran Rakyat terdapat 38,1rb postingan sedangkan untuk media sosial Tiktok Pikiran Rakyat memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,8jt.

Dari data dewan pers menyebutkan bahwa media *online*/siber merupakan media yang paling tinggi diminati sekaligus digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi berdasarkan fakta sebesar 32,51%, kemudian TV/streaming sebesar 18,34%. Sedangkan media sosial Youtube (10,51%), Twitter (7,33%)

dan whatsApp (6,14%). Tiktok dan instagram merupakan media baru yang banyak digunakan oleh masyarakat apalagi disaat pandemi sebesar 1.44 %. (Dwi Ajeng Widarini, Andriani, Nilamsari, & Wiyati, 2021)

Dalam hal ini berbagai pendapat mengenai *jurnalism online* salah satunya menurut Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal Of Online Jounlasim*” menyebutkan bahwa ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C yaitu, *Brevity, Adaptability, Scannability, Interativity, Community and Coversation*. (M.Romli, 2012)

Berbagai media pers dapat menyiarkan berita dalam bentuk apapun berupa teks, audio, video, dan gambar yang dapat diakses diberbagai media *online*. Para jurnalis *online* dapat berinteraksi langsung pembaca biasanya melalui fitur komentar. Sehingga dapat memudahkan interaksi antara pembaca dengan media pers yang menyiarkan berita tersebut.

Dalam hal ini peneliti, menginginkan sejauhmana teknologi khususnya dalam penggunaan internet yang menjadikan media sosial sebagai jembatan para jurnalis untuk memberikan informasi kepada masyarakat. meskipun kini masyarakat dapat mencari berita dimana saja dari siapa saja, akan tapi lembaga media pers dapat mempertahankan eksistensinya dengan memanfaatkan media *online* sebagai sarana penyebaran informasi.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi focus penelitian dari penelitian ini adalah “ **Bagaimana Strategi Komunikasi PT.Pikiran dalam mempertahankan eksistensinya pada media social Instagram @pikiran rakyat**”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan pada latar belakang penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian sebagai berikut: “

1. Bagaimana keringkasan berita (*brevity*) di Media Sosial tidak mempengaruhi kredibilitas pesan yang disampaikan?
2. Bagaimana kemampuan beradaptasi (*adaptability*) wartawan dalam menyiarkan berita *online* di Media Sosial ?
3. Bagaimana cara memudahkan audiene agar dapat memindai (*scannability*) berita di Media Sosial pada Media *Mainstream*?
4. Bagaimana cara agar audience tidak merasa bosan (*interactivity*) dalam membaca berita di Instagram Pikiran Rakyat ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana keringkasan berita yang disajikan di media sosial tidak mengurangi *credibility* pesan yang disampaikan.
2. Mengetahui bagaimana kemampuan wartawan atau jurnalis dapat beradaptasi dengan penyajian berita yang dilakukan secara *online*.
3. Mengetahui bagaimana memudahkan *audiene* dapat memindai situs – situs terkait agar tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca.
4. Mengetahui bagaimana cara *audience* merasa dilibatkan dalam berita yang di siarkan di Media Sosial.

1.4 Kegunaan penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pegembang ilmu komunikasi. Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis
 1. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi dalam bidang jurnalistik serta dapat memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi yang menyangkut objek serupa.
 2. Penelitian ini menjadi pelengkap studi kepustakaan dalam bidang kajian jurnalistik

3. Menambah menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya yang akan menjadi permasalahan yang sama mengenai Strategi komunikasi dimedia sosial
- b. Kegunaan praktis
1. Hasil penelitian dari strategi komunikasi media pers ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembaca, terlebih pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Pasundan sehingga dapat menjadi acuan dimasa yang akan datang.
 2. Menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai strategi PT. Pikiran Rakyat untuk mempertahankan eksistensinya