

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya media informasi digital semakin mengurangi eksistensi media-media konvensional yang pernah ada sebelumnya. Pada tahun 2017 dalam Jurnal Penelitian Politikom Indonesia (2017:28) menyatakan bahwa hadirnya media dalam jaringan, masyarakat dapat melihat surat kabar maupun majalah melalui situs-situs web dalam bentuk digital. Beberapa bentuk media grafis ini adalah *e-books*, *e-magazine*, *Online Magazine*, dan lain sebagainya. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin pesat, di mana internet menjadi sebuah kebutuhan utama bagi media dalam menyebarkan informasi di kalangan masyarakat Indonesia. Sekretaris Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika, Rosarita Niken Widiastuti dalam wawancaranya oleh kominfo tahun 2019 mengatakan, kemajuan teknologi informasi saat ini tengah menghadapi fenomena yang disebut sebagai "mediamorfosis" atau transformasi media karena adanya perkembangan teknologi informasi. "Kebiasaan masyarakat mendapatkan informasi dari media mainstream, seperti radio, televisi, media cetak. Tapi saat ini detik demi detik informasi begitu cepat dan sampai ketangan atau ke gawai masyarakat (Ronald, 2019)." Hal tersebut juga berlaku bagi perusahaan PT. Media Nusantara Informasi (MNC Group) untuk membentuk portal berita dalam jaringan yang diberi nama sindonews.com dengan tujuan untuk menyajikan berita cepat dan terpercaya (Profil Sindonews, 2019).

Sidonews.com merupakan portal berita yang dibentuk pada 4 Juli 2012 sebagai situs berita *online* yang menyajikan informasi selaras dengan semua media di MNC Group seperti Koran Sindo, Sindo Weekly, MNC Trijaya FM, Okezone, RCTI, iNews, GTV, dan MNC Channel. Maka alasan kuat peluncuran portal sindonews.com merupakan dampak perubahan revolusi industry 4.0. Hal tersebut menyebabkan peningkatan konektivitas yang mengharuskan perusahaan memiliki daya saing yang kompetitif dalam skala global dan tidak dapat mengandalkan lokasi fisik mereka untuk menjadi unggul dari perusahaan lain. Maka perusahaan dituntut fokus dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen

yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Meningkatnya perdagangan dan komunikasi, tentu membuat banyak perusahaan memperluas jangkauan mereka melalui media dalam jaringan. Sehingga internet memiliki peran penting dalam menghubungkan jutaan pengguna di seluruh dunia yang terkoneksi dalam satu media untuk berkomunikasi atau bertukar pesan tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

Perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan masyarakat Indonesia menjadi sangat tertarik dengan kecanggihan yang menghadirkan berbagai macam fitur yang tersedia pada sebuah gawai. Berdasarkan hasil survey masyarakat Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Menurut sekjen APJII, Henri Kasyfi, survei ini melibatkan 5.900 sampel dengan *margin of error* 1,28 persen. Data lapangan ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Hasilnya, menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Hal ini menjadi peluang besar untuk membuka usaha berbasis internet menjadi sangat mudah dengan memiliki jutaan penduduk Indonesia dan sudah banyak mengenal internet. (Sumber: Kompas.com diakses pada tanggal 16 Mei 2019 03.26 WIB)

Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-5 pengguna internet terbanyak di dunia. Kepala Dinas Kominfo provinsi Jawa Barat dalam wawancaranya menyatakan "Fenomena globalisasi terutama mengenal TIK dapat mendatangkan sesuatu yang positif, terutama untuk menumbuhkan motivasi peningkatan inovasi, kreativitas, termasuk juga untuk kaum muda. Di sisi lain kalau tidak hati-hati juga akan berdampak negatif karena hal tersebut terkait pertukaran informasi." Penyebaran berita bohong atau hoax di Indonesia memang kian meningkat dan terus bertambah. Hal tersebut telah dikonfirmasi oleh kemkominfo RI bahwa jumlah konten hoax sangat signifikan terjadi pada bulan Januari dan Februari 2019. Sebanyak 175 konten hoax yang berhasil diverifikasi oleh Tim AIS Kominfo. Angka ini naik dua kali lipat di Februari 2019 menjadi 353 konten hoax. Pada Maret 2019 tercatat bahwa ada 771 berita *hoax* yang berhasil diidentifikasi oleh tim AIS Kominfo. Dari 771 hoax yang telah divalidasi

oleh Tim AIS Kominfo, sekitar 181 konten *hoax* terkait politik, 126 seputar isu kesehatan, 119 isu tentang pemerintahan. Selain itu juga terdapat *hoax* berupa fitnah individu sebanyak 110, terkait kejahatan 59, isu agama 50, isu internasional 21, penipu dan perdagangan masing-masing 19 konten, dan selebihnya terkait isu pendidikan sebanyak 3 konten.

Berita bohong atau *hoax* tentu menjadi keprihatinan dan masalah besar saat ini sehingga membutuhkan perhatian besar dalam mencegah penyebaran berita bohong atau *hoax* tersebut. Menurut Nukman Lutfi sebagai pengamat sosial dibutuhkan strategi jangka pendek dan jangka panjang dalam mencegah penyebaran berita bohong. Strategi jangka pendek tersebut berupa penegakan hukum bagi pelaku penyebaran *hoax*, melibatkan platform dengan memberlakukan denda atau sanksi dari pemerintah terhadap penyelenggara media sosial yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, perlu ada edukasi bagi masyarakat yang melapor bila menemukan *hoax* dan pelaku penyebaran berita *hoax* tersebut. Selain melalui jalur pemerintah, saat ini di Indonesia muncul gerakan masyarakat yang peduli terhadap peredaran berita palsu, antara lain adalah masyarakat Indonesia Anti Hoax.

Sindonews.com menjadi salah satu portal berita dalam jaringan Indonesia dalam menyajikan seputar informasi yang terpercaya. Sesuai misi dan *tagline* perusahaan pada profil perusahaan yang menyatakan bahwa sindonews.com merupakan sumber informasi terpercaya dalam memberikan akses informasi secara akurat, dan cepat kepada masyarakat luas. Tepat setelah kominfo mengidentifikasi adanya peningkatan berita bohong atau *hoax* terkait politik selama bulan april 2019 yang dinyatakan oleh Kepala Biro Humas Kementerian Kominfo Ferdinandus Setu dalam keterangan tertulis, Rabu (1/5/2019). Menjelang peringatan hari jadi sindonews.com yang ke-7, portal berita di bawah manajemen MNC Group menggelar konvoi dan melakukan *campaign no hoax* ke sejumlah wilayah di Jakarta. Sindonews.com menjadi satu-satunya portal berita Indonesia yang menyelenggarakan kegiatan kampanye *No Hoax* dengan tujuan melawan *hoax* dan *hate speech* di media. Pimpinan redaksi Sindonews, Djaka Susila menyatakan bahwa *campaign no hoax* ini penting dilakukan agar masyarakat tidak mendapat informasi yang salah dan berujung kesalahpahaman.

Selain itu Djaka Susila juga mengatakan bahwa berita sindonews.com ingin melawan *hoax* dan *hate speech* yang banyak beredar di masyarakat. Berikut gambar pelepasan konvoi dilakukan *Chairman MNC Group Hary Tanosoedibjo* di lobi MNC Tower, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, 25/6/2019.



Gambar 1. 1 Pelepasan Konvoi Campaign No Hoax

Sumber: Olahan Peneliti

Berfungsi dalam menyampaikan informasi, sindonews.com memerlukan bentuk strategi komunikasi sesuai pernyataan Effendy (2013:301) menyatakan Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan komunikasi yang optimal. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi, tentu saja tidak lepas dari elemen komunikasi. Maka hal tersebut menjadi alasan sindonews.com menggelar konvoi untuk memberikan informasi kepada sejumlah masyarakat di Jakarta tentang *campaign No Hoax*. Penyelenggaraan konvoi *No Hoax* menjadi salah satu strategi komunikasi sindonews.com untuk meyakinkan masyarakat bahwa sumber informasi terpercaya adalah portal berita sindonews.com. Hal itu sejalan dengan misi sindonews.com untuk menyuarakan informasi yang benar dan akurat. Selain memberi informasi tentang *No Hoax*, CEO sindonews.com Sururi Alfaruq juga menyatakan bahwa konvoi tersebut juga sekaligus memasarkan 7 kanal baru sindonews.com yang akan *launching* tepat di puncak HUT sindonews.com yang ke-7. Berikut 7 kanal baru yang *launching* pada HUT sindonews.com yang ke-7.



Gambar 1. 2 Kanal Berita Terbaru sindonews.com

Sumber: Profil sindonews.com diakses pada bulan agustus 2019

Maka peneliti melakukan pra riset melalui wawancara kepada empat informan sindonews.com yang bersedia diwawancara langsung di gedung Sindo, Kebon Sirih, Jakarta Pusat (20 Juni 2019, 10.30 WIB). Kegiatan pra riset peneliti bertanya mengenai dampak positif sindonews.com sebagai satu-satunya portal berita yang menggelar konvoi *campaign No Hoax* ditahun 2019. Keempat informan sepakat bahwa dampak positif *campaign No hoax* yaitu mendapatkan publisitas positif di media dan juga direspon dengan baik oleh masyarakat. Terlebih lagi informan pun menjelaskan bahwa *campaign No Hoax* ini mendapat apresiasi dan dukungan dari Gubernur DKI Jakarta bapak Anies Baswedan. Kegiatan *campaign* tersebut dinilai positif dan mampu menjadi rujukan informasi bagi masyarakat dalam menyebarkan pesan yang belum dilakukan oleh media dalam jaringan lainnya (Hasil wawancara pra riset pada tanggal 25 – 26 Juni 2019).

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai *campaign no hoax* sebagai media promosi dari salah satu kegiatan pemasaran dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Sindonews.com Melalui Campaign No Hoax”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini difokuskan pada Strategi Komunikasi Pemasaran sindonews.com sebagai portal berita melalui *campaign no hoax*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk strategi komunikasi pemasaran sindonews.com melalui *campaign no hoax*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk strategi komunikasi pemasaran sindonews.com

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat akademis dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian strategi komunikasi di bidang pemasaran dalam konteks membangun eksistensi positif perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan pada penelitian ini menjadi sumber ilmu baru dalam melakukan kegiatan pemasaran sebagai strategi komunikasi dalam memberikan informasi yang akurat dan terpercaya.

1.6 Lokasi Penelitian

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah kota Jakarta dengan objek penelitian sindonews.com yang merupakan bagian dari PT. Media Nsantara Informasi (MNC Group) berada di Jl. KH. Wahid Hasyim No. 38, Kebon Sirih Jakarta Pusat.

1.6.2 Waktu Penelitian

TABEL 1. 1
WAKTU PENELITIAN

Kegiatan	Ags	Sep	Okt	Nov	Feb	Mar	Mei	Jun	Jun
Memilih Topik	☐								
Pengumpulan Data			☐	☐					
Penyusunan BAB I, II, III				☐					
Pengajuan Desk Evaluation					☐				
Desk Evaluation						☐			
Pengumpulan dan analisis							☐	☐	
Penyusunan BAB IV, dan V								☐	
Pengajuan Sidang Skripsi									☐

Sumber : Olahan Peneliti

