BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini masyarakat menggunakan perangkat internet, tidak hanya untuk berkomunikasi melainkan juga untuk kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan konsumen. Transaksi jual beli yang dilakukan antar pedagang dan konsumen sangat efisien. Hal ini sangat menguntungkan karena bisnis dapat berlangsung tanpa harus menyewa akomodasi. Dengan memanfaatkan internet, pedagang dapat membuat situs sendiri yang biasa disebut dengan *website*. Situs *web* adalah sekelompok halaman web bagian dari domain atau sub domain *World Wide Web (WWW)* di internet. Menurut (Hakim, 2004) situs web merupakan alat internet yang dapat menghubungkan dokumen lokal dari jarak jauh. Halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format *Hypertex Markup Language (HTML)* dan diakses melalui *HTTP* untuk mentransfer informasi dari *web* server agar dapat ditampilkan kepada pengguna melalui *web browser* dalam bentuk statis.

Menurut (Widjaja et al., 2018) Domain adalah identifikasi unik yang berguna untuk membedakan server komputer dalam jaringan internet. Penggunaannya meliputi alamat email, situs web, dan lokasi lain di internet berupa URL atau alamat email dari *website*. Dari segi teknis, domain merupakan pengganti nama yang mengarah ke alamat IP, terdiri dari deretan angka yang menunjukkan keberadaan suatu situs di internet. Fungsi utama domain adalah mengubah alamat IP sehingga memudahkan pengguna. Seperti contoh, alamat IP 128.250.17.47 menjadi domain biznetgio.com. Hal ini mencegah pengguna harus menghafal atau menyalin angka yang rumit untuk mengakses situs *web*. Dengan domain, pengguna dapat mengingat nama situs dengan mudah dan menghindari kesalahan memasukkan alamat IP yang bisa membuat situs tidak dapat diakses. Cara kerja domain adalah dengan mengonversi alamat IP yang terdiri dari angka-angka unik menjadi nama domain yang mudah teringat. DNS *(Domain Name System)* server menyimpan daftar alamat IP seperti buku kontak yang besar. Ketika pengguna mencoba mengakses suatu *website*, DNS *server* menemukan dan menampilkan alamat IP yang sesuai. Jika *DNS server* tidak memiliki informasi yang diperlukan, ia akan mencari informasi tersebut di *server DNS* lainnya.

Pusat Ilmu Komputer Universitas Indonesia dalam software UUCP seperti pathlias dan uumap pada akhir 1980-an merupakan awal sejarah masuknya penyedia domain.id secara tidak resmi (Anwar, 2021). Namun penggunaan hanya terbatas pada komputer yang terpasang program path alias untuk smile atau sendmail. Seiring waktu pada tahun 1988, UI mulai berusaha mendaftarkan DTT-ID secara resmi mulai muncul, dan berkolaborasi dengan beberapa institusi termasuk Ditjen POSTEL, PT Indosat, Perumtel (sekarang P.T. Telkom), dan PT Lintasarta. Pada tahun 2006, sekumpulan komunitas Internet berkumpul membentuk sebuah registry internet yaitu PANDI. PANDI adalah salah satu organisasi nirlaba berbentuk perkumpulan berbadan hukum yang beranggotakan para pemangku kepentingan internet Indonesia. PANDI adalah registry nama domain tingkat atas Indonesia (.ID) yang ditetapkan sebagai registry melalui keputusan Menteri komunikasi dan informatika (Kominfo) Republik Indonesia No. 806 Tahun 2014 dan terakhir diperbaharui dengan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Republik Indonesia No. 218 Tahun 2023.

Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Domain PANDI

Sumber : Laporan Statistik (PANDI, 2023)

Untuk saat ini PANDI merupakan salah satu pasar potensial untuk pertumbuhan nama domain yang mana hal ini terbukti dalam laporan statistik PANDI 2023. Berdasarkan data statistik bulanan (PANDI, 2023) pertumbuhan jumlah pengguna terdaftar di PANDI meningkat setiap tahunnya dan hal ini menjadikan PANDI sebagai organisasi terbesar di Indonesia yang bernaung di bidang pengelolaan nama domain. Pada awal Januari hingga Maret penggunaan domain meningkat secara signifikan. Namun pada bulan April 2023 penggunaan namadomain menurun 1% sekitar 741.397 domain. Terjadi peningkatan kembali

antara bulan Mei hingga November 2023 sebesar 73.676 domain. Hal ini menunjukkan penggunaan nama domain yang terdaftar di PANDI meningkat setiap bulannya. Dengan demikian PANDI menjadi salah satu organisasi terbesar dan satu-satunya organisasi pembuat nama domain di Indonesia. Manfaat penggunaan domain di Indonesia adalah email professional. Ini menjadipenting, terutama bagi para pebisnis karena email professional berguna tidak hanya meningkatkan citra tetapi juga meningkatkan branding situs web secara signifikan. Dalam hal branding, penggunaan domain memainkan peran kunci pada era digital saat ini. Domain menjadi kunci penting dalam branding sehingga dapat memiliki brand yang kuat untuk mempromosikan produk maupun layanan.

Strategis menurut (Hadi, 2011) adalah keseluruhan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah terencana. Tujuan tersebut merupakan serangkaian kegiatan yang terselenggarakan dalam bentuk kampanye atau program terpadu dimana berlangsung secara terus menerus dan teratur. Strategi bernilai penting untuk mencapai tujuan, seperti (1) memberikan arahan jangka panjang terhadap tujuan perusahaan, (2) membantu perusahaan beradaptasi dengan menghadirkan efisiensi dan efektif kinerja bisnis, dan (3) menerapkan serta mengevaluasi strategi kepuasan yang lebih tepat guna.

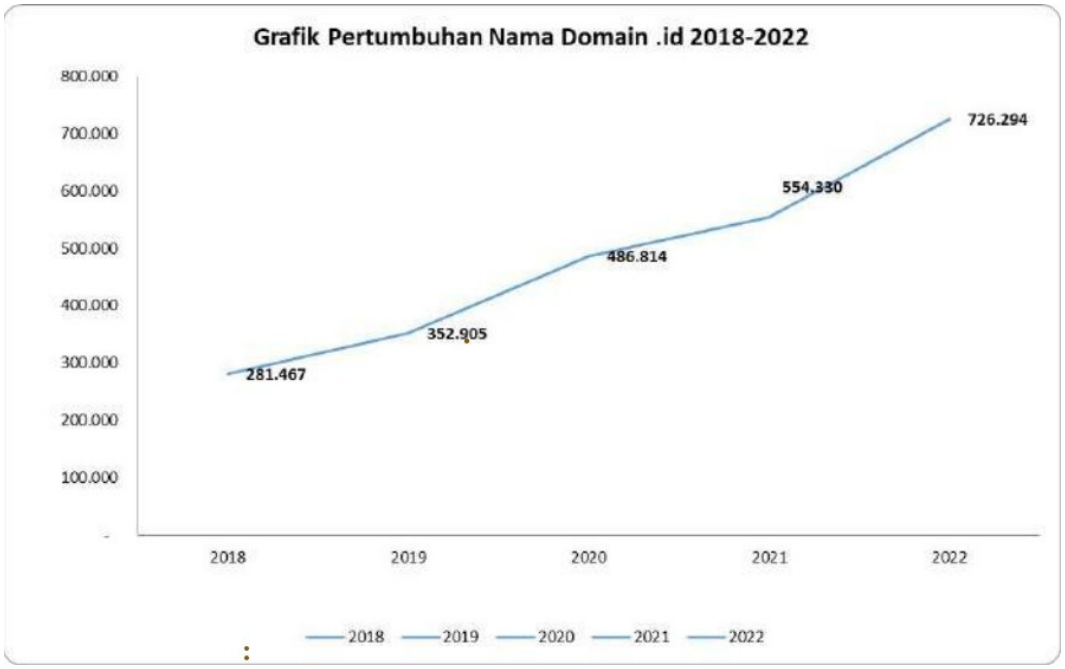
PANDI memiliki strategi yaitu memberikan kesetaraan digital di masyarakat dengan komunikasi yang efektif dalam memberikan informasi ke masyarakat tentang manfaat dari pengguna nama domain. Komunikasi tersebut berupaalur proses pendaftaran, keamanan, dan kebijakan peraturan yang berlaku. Aktivitas tersebut dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap produk PANDI. Salah satu cara PANDI memperkenalkan diri dengan menggunakan platfrom media sosial digital berupa Instagram dengan nama akun pandi_id yang dapat dilihat pada gambar 1.2.

Gambar 1. 2 Media Sosial PANDI

Sumber : Pandi_id

Dalam gambar 1.2 PANDI menggunakan Instagram sebagai salah satu promosi media sosial. Dapat diketahui bahwa media sosial sangat memberikan pengaruh yangbesar terhadap perkembangan digital sehingga media sosial menjadi salah satu pilihanuntuk melakukan promosi dari sebuah penjualan. Promosi yang PANDI lakukan dengan menggunakan media sosial menggambarkan bagaimana strategi penjualan PANDI terhadap nama domain sehingga banyak masyarakat tertarik untuk membuat website dengan menggunakan layanan jasa di PANDI.

PANDI telah memasang domain nasional hampir diseluruh Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Bandar Lampung, Balikpapan dan Semarang untuk meningkatkan ketersediaan layanan dan kinerja domain. Hal tersebut PANDI lakukan untuk meningkatkan ketahanan dan efisiensi lalu lintas internet di Indonesia, sehingga terlihat PANDI memiliki pengaruh yang besar terhadap internet di Indonesia. Maka hal ini menyebabkan PANDI sebagai organisasi yang memiliki pendapatan tinggi.

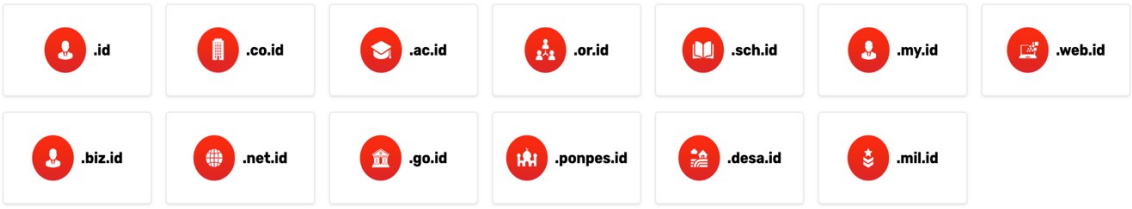


Gambar 1. 3 Grafik Pertumbuhan Nama Domain .id

sumber : (PANDI, 2022)

Dalam laporan tahunan PANDI 2022 (PANDI, 2022) menunjukan bahwa pertumbuhan nama domain .id. meningkat secara drastis sejak 2018-2022. Data tersebut merupakan salah satu contoh PANDI dalam prestasi juara di Asia Tenggara dengan membuat domain sebanyak 726.294. Pencapaian ini melebihi targetawal sebanyak 702.374.

PANDI memiliki beberapa layanan produk yang terlihat pada gambar 1.4. PANDImemiliki beberapa layanan produk domain yang masing-maisng memiliki manfaat tersendiri.



Gambar 1. 4 Produk PANDI

Sumber : Website PANDI.ID

Berdasarkan gambar 1.4 menampilkan beberapa produk yang PANDI miliki. Saat ini PANDI telah membuat banyak produk domain sehingga PANDI dinobatkan sebagai salah satu organisasi yang berprestasi di Indonesia dalam pemerataan akses digital. Selain itu, terdapat segudang prestasi lainnya yaitu menjadi juara di Asia Tenggara. Saat ini PANDI tergabung dalam beberapa organisasi dunia Internet.

Pada penelitian (Suka & Lubis, 2019) membahas tentang bagaimana menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang menggabungkan berbagai elemen dan mempromosikan produk. Selain itu (Bagus, 2023) membahas tentang peran strategi komunikasi pemasaran melalui campuran promosi untuk memasarkan produk atau layanan perusahaan.

Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Penggunaan nama domain di Indonesia saat ini masih di dominasi oleh .com. peran PANDI adalah mengalihkan penggunaan nama domain .com ke .co.id agar identitas Indonesia hadir di *website* tersebut. Karena masyarakat lebih familiar dengan domain .com, PANDI menghadapi tantangan untuk menarik perhatian masyarakat agar membuat domain di PANDI. Untuk meningkatkan penjualan produk .id di Indonesia, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang baik. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk mempelajari bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PANDI dan menganalisis strategi komunikasi yang tepat dan akan diterapkan PANDI kedepannya. Penelitian ini menyelidiki bagaimana PANDI menerapkan komunikasi perusahaannya dan apakah optimalisasi strategi komunikasi ini berdampak pada peningkatan pengetahuan *Web* di masyarakat. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti akan menganalisis strategi komunikasi perusahaan dengan berjudul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) Registry Nama Domain Tingkat Atas Indonesia".**

1.2 Tujuan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian, tujuan penelitian adalah mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi PANDI dalam mengembangkan pemerataan *web*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pertanyaan penelitian dapat diturunkan sebagai berikut:

1. Bagaimana PANDI menerapkan komunikasi pemasarannya dan apakah optimalisasi strategi komunikasi ini berdampak pada peningkatan pengetahuan *web* di masyarakat?
2. Bagamaina pengelola strategi komunikasi yang diterapkan PANDI?
3. Bagaimana proses strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PANDI?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait diantaranya :

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis manfaat penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) Registry Nama Domain Tingkat Atas Indonesia ” Adalah :

A. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang strategi komunikasi untuk meningkatkan jumlah web.
B. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai strategi komunikasi pemasaran .

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara Praktis manfaat penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) Registry Nama Domain Tingkat Atas Indonesia ” Adalah :

C. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan terhadap pengetahuan strategi komunikasi pemasaran.

D. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran serta dapat memberikan informasi dalam menjalankan pemasaran.

E. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi wawasan mengenai strategi komunikasi pemasaran serta wawasan literasi digital mengenai web.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Tahapan	Bulan						
		Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024
1	Pengumpulan data proposal							
2	Penyusunan proposal							
3	Pendaftaran Desk Evaluation							

4	Revisi dan penelitian							
5	Pendaftaran dan pelaksanaan sidang akhir							
6	Revisi							

Sumber : Peneliti, 2023

1.5.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini mengikuti tempat informan berada, oleh karena itu lokasi penelitian berfokus pada kantor PANDI yang berletak di Icon BSD Tangerang. Hal ini berdasarkan letak kantor PANDI berlokasi di JL.Icon Bussines Park Unit L1-L2 BSD City,Sampora,Kec. Cisauk Tangerang, Banten.