

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan Informasi kini mengalami kemajuan yang signifikan. Pemanfaatan teknologi dan informasi semakin beragam menyesuaikan dengan kebutuhan manusia di era yang serba modern dan canggih. Aspek penting yang banyak menjadi sorotan utama adalah penggunaan Teknologi, Komunikasi, dan Informasi sebagai media informasi dalam melakukan promosi. Media promosi tidak hanya sebatas pada media cetak, ataupun Elektronik berbasis Televisi atau Radio. Namun ada hal lain dengan biaya murah yaitu dengan memanfaatkan penggunaan internet. Memiliki jangkauan luas dan Mendunia, internet memungkinkan produsen dan konsumen dapat berinteraksi langsung secara *online* menggunakan telepon atau melalui chat. Dengan cara membuat sebuah *Website*.

New media atau Media baru adalah tempat dimana saluran pesan komunikasi terdesentralisasi. distribusi pesan lewat satelit meningkat penggunaan jaringan kabel dan computer. keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat; semakin seringnya terjadi komunikasi interaktif (dua sisi). dan juga meningkatnya derajat fleksibilitas untuk menentukan bentuk dan konten melalui digitalisasi dari pesan. Menurut *Ron Rice*, mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun *notebook*) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkannya.

Munculnya istilah *new media* yang sangat berkaitan erat dengan hadirnya internet. Internet telah mempengaruhi banyak aspek dalam perkembangan umat manusia. Internet menjadi pengaruh yang besar bagi masyarakat di era moderen dalam beraktivitas. Begitu banyak aplikasi di *new media* seperti *website* atau situs, e-mail, *blog*, situs jejaring sosial, game online, *e-book*, dan lain sebagainya. *New media* dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Aplikasi di *new media* dapat dimanfaatkan untuk hal-hal positif namun banyak juga yang menggunakan *new media* untuk hal-hal negatif. Semua hal positif atau negatif melalui internet tergantung pengguna internet itu sendiri.

Website adalah salah satu bagian dari *new media*. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat membantu manusia meringankan beban aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Lembaga riset pasar *e-marketer* pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 83,7 juta orang. Angka ini berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan. Hal ini membuat mendudukkan Indonesia berada diperingkat ke-6 terbesar di dunia dalam jumlah pengguna internet. Pada 2017, *e-marketer* memperkirakan penggunaan internet di Indonesia dapat mencapai 112 juta orang, Mengalahkan jepang yang ada pada peringkat kelima.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

*Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed*
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Gambar 1. 1 Negara dengan pengguna internet teratas

Sumber: eMarketer, 2014

Pada tahun 2020 Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) mengumumkan dalam surveinya jumlah penggunaan internet di Indonesia naik 73,7 persen atau sebanyak 196,7 juta pengguna. Survei yang dilakukan APJII memberikan gambaran bahwa kenaikan pengguna internet Indonesia sebesar 8,9 persen atau sebanyak 25,5 juta dibanding 2018.¹

Saat ini banyak orang-orang mencari hal-hal yang mudah dan praktis. Mulai dari makan, liburan, belajar, membaca, dan lain-lainnya. Para produsen pun harus memutar otak untuk membuat terobosan baru yang dapat menarik para pelanggan dan membuat pelanggan merasa hal ini dapat memudahkannya dalam beraktivitas.

¹ APJII(asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia). Survei penggunaan internet 2019Q2- 2020

Media publikasi merupakan sebuah sarana promosi yang efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat luas, baik dalam bentuk media (visual) maupun bentuk multimedia (audio dan visual). Bagi suatu perusahaan atau lembaga, media publikasi merupakan sarana yang sangat penting untuk memperkenalkan apa yang mereka buat.

Salah satu terobosan baru dalam bidang media publikasi adalah Newsletter. Dengan menggunakan Newsletter sebagai bagian dari media publikasi, *website* dapat dengan mudah mendapatkan pengunjung. Cara kerja Newsletter sangat mudah, yaitu dengan cara pelanggan melakukan *subscribe*/langganan dengan memasukan alamat email melalui *website* yang menyediakan pengiriman Newsletter. Setelah anda akan mendapatkan kiriman Newsletter melalui E-mail setiap minggu atau bulan tergantung dari kebijakan website tersebut membuat jadwal pengiriman Newsletter.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari tahu mengenai Pengaruh Penggunaan Media Publikasi Newsletter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang di terima oleh generasi milenial di wilayah DKI Jakarta. *Website* memiliki data mengenai banyaknya jumlah klik atau pengunjung yang masuk kedalam *website* tersebut. Banyaknya pengunjung di *website* dapat menjadi penilaian mengenai seberapa bagus *website* itu dibuat. Faktor banyaknya Pengunjung pada *website* salah satunya ditentukan juga oleh konten pada *website* tersebut. Semakin terkenal sebuah *website* maka pembacanya akan semakin banyak walaupun. *Website* yang tidak terkenal atau baru dibuat akan sangat sulit untuk mendapatkan pengunjung.

Pengguna E-mail secara global pada tahun 2019 mencapai 3,9 miliar pengguna. Angka penggunaan E-mail ini akan terus tumbuh menjadi 4,3 miliar pada tahun 2023. Hal ini setengahnya dari populasi manusia yang ada di dunia. Statistik ini menjelaskan e-mail memiliki peluang marketing besar dan tidak boleh dilewatkan. Pada tahun 2019 saja ada 293,6 miliar e-mail yang dikirim dan diterima setiap hari. Diperkirakan angka ini akan terus meningkat menjadi lebih dari 347,3 miliar e-mail tahun 2022. E-mail akan menjadi pendorong utama retensi dan akuisisi pelanggan untuk mengembangkan bisnis kecil dan menengah. Menurut data statistik, 81% UKM mengandalkan e-mail sebagai media untuk berkomunikasi dengan para pelanggan.

Dalam menggunakan strategi e-mail marketing mengetahui berapa banyak orang yang membuka e-mail adalah masalah penting. Menurut statistik rata-rata orang yang membuka e-mail adalah 20,81%. Namun dengan e-mail yang dipersonalisasi dapat memberikan hasil open rate 50% lebih tinggi dibanding dengan E-mail yang tidak dipersonalisasi.

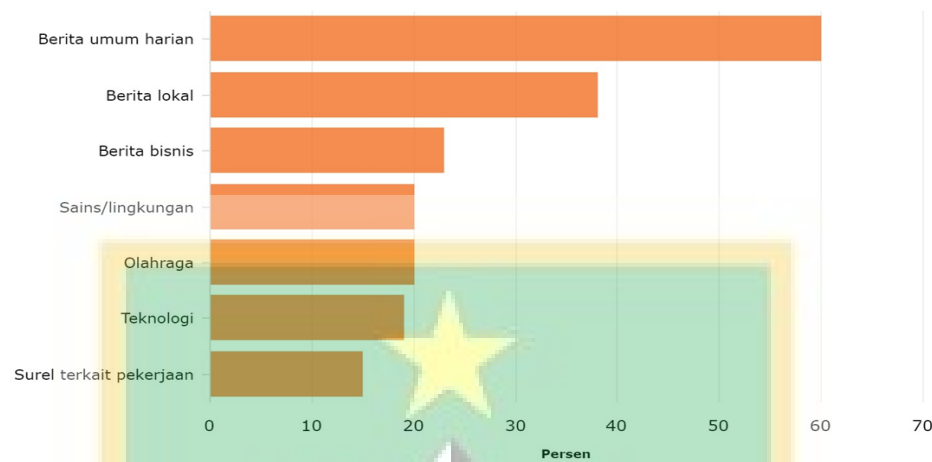
Media publikasi Newsletter merupakan solusi untuk website-website yang baru dibuat dan tidak dikenal banyak orang. Menurut Kriyanto fungsi newsletter adalah sebagai media untuk penyampaian informasi mengenai kegiatan atau hal apa saja yang dikerjakan perusahaan kepada pelanggan dan juga dapat sebagai tali hubungan antara publik dengan perusahaan secara internal atau eksternal. Newsletter

berperan penting dalam membangun citra dimata publik, baik atau buruknya Newsletter mencerminkan kualitas perusahaan pembuat Newsletter.²

Dengan menggunakan media publikasi Newsletter, *Website* dapat memiliki pengunjung lebih banyak dan isi dari *website* tersebut akan mendapatkan iklan yang lebih banyak. Tentunya pengembang *website* harus memiliki ide kreatif dan inovatif agar *website* dapat disukai banyak orang lalu memutuskan menjadi pelanggan *website* tersebut. .menurut statistik *Reuters Institute*, mayoritas atau 60% responden di seluruh dunia memilih Newsletter yang berisikan berita umum sehari-hari. Sebanyak 38% responden memilih Newsletter yang berkaitan dengan berita lokal. Hanya, 23% responden yang memilih Newsletter terkait dengan bisnis.

Responden memilih Newsletter bertemakan Sains, Lingkungan, dan Olahraga sebanyak 20%. Dan sebesar 19% responden memilih Newsletter mengenai topik teknologi. Sedangkan, 15% responden menggunakan Newsletter yang berkaitan dengan pekerjaan mereka masing-masing. Secara keseluruhan, 96% responden mengakses lebih dari satu Newsletter Yang terjadwal rutin. Notifikasi dari Newsletter melalui E-mail paling banyak diakses responden berusia 55 tahun ke atas.

² Kriyantono, Rachmat. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2008. Hal. 163



Gambar 1. 2 Newsletter yang Diterima Pengguna Berdasarkan Isi Topik

Sumber : Reuters Institute, 2020.

Dengan demikian maka peneliti akan mencari tahu mengenai kepuasan Penggunaan media publikasi Newsletter terhadap kualitas kebutuhan informasi, dengan melakukan penelitian di Indonesia, dengan *point of reference* berada pada Provinsi Jakarta dengan pertimbangan bahwa Provinsi DKI Jakarta adalah provinsi yang memiliki pengguna internet terbesar dibanding provinsi lainnya di Indonesia dengan nilai sebesar 73,46% pada tahun 2017-2019³. Dengan target sample yang diambil berada pada generasi milenial yang dimana mereka lebih mengetahui akan dunia digital dan lebih dekat dengan dunia digital itu sendiri.

Penulis ingin mengetahui Seberapa besar pengaruh penggunaan Newsletter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Generasi Milenial yang berada di provinsi DKI Jakarta. Dengan itu penulis memberikan judul skripsi adalah “Pengaruh

³ BPS (Badan Pusat Statistik). Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019

Penggunaan Media Publikasi “Newsletter“ Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Generasi Milenial DKI Jakarta)”

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah :

“Seberapa Besar Pengaruh Penggunaan Media Publikasi “Newsletter” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Generasi Milenial di Jakarta”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini terhadap rumusan masalah tersebut adalah :

“Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Penggunaan Media Publikasi “Newsletter” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Generasi Milenial di Jakarta”

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dalam bidang perkembangan informasi terutama mengenai informasi yang berhubungan dengan e-mail marketing dan newsletter serta pengaruh penggunaan Newsletter.

b) Penulis

Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah dan ditempat magang serta untuk menambah wawasan penulis dalam bidang artikel dan e-mail marketing.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut:

I. BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

II. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi penelitian terdahulu yang relevan, kajian Pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian

III. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan dan analisis data, teknik keabsahan data, lokasi dan jadwal penelitian.

IV. BAB IV PEMBAHASAN

Bab empat berisikan gambaran lokasi penelitian, Analisa Kuantitatif, statistik, dan pembahasan hasil dari penelitian. Agar tersusun dengan baik peneliti melakukan klasifikasi ke dalam hasil penelitian dan pembahasan

V. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran diambil dari seluruh penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan berisikan dari hasil penyelesaian penelitian yang bersifat analisis obyektif. Sedangkan Saran-saran berisikan saran untuk penelitian selanjutnya dan saran untuk lebih memperhatikan kualitas pembuatan Newsletter.