

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dengan kegiatan komunikasi. Salah satu kegiatan komunikasi yaitu penyebaran informasi. Salah satu jenis informasi penting yang aktual, yang harus diketahui orang banyak dikenal dengan berita. Dalam buku *Here's the News* yang ditulis oleh Paul D¹, yang dikatakan berita adalah informasi terbaru mengenai kejadian yang menarik atensi dan animo audiens. Berita berisikan teks berita yang merupakan teks mengenai peristiwa terkini atau teraktual. Kemudian berikut ada pandangan dari Charnley dan James M. Neal tentang berita yang menurut definisi mereka adalah suatu penyampaian informasi yang menerangkan suatu kejadian, pendapat, kondisi, situasi, yang memang dirasa begitu penting untuk dapat langsung tersampaikan pada benak khalayak.²

Berita menjadi sangat penting bagi manusia karena merupakan sesuatu yang dapat menginformasikan kejadian atau kabar mengenai hal-hal yang terjadi. Dengan adanya berita, manusia dapat mengetahui apa yang sedang terjadi disekitar kita maupun di mancanegara. Dari berita pula manusia memperoleh pengetahuan baru yang dapat memperkaya wawasan. Selain itu dengan memperoleh berita dari berbagai sumber, manusia dapat bersikap terbuka dan memiliki pikiran yang terbuka pula.

¹ Yulia, Winda. 2010. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Edisi pertama. Yogyakarta: ANDI.

² Psikologimania. 2016. *Pengertian Berita Menurut Para Ahli*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>>.

Perkembangan berita diawali dengan munculnya mesin pencetak oleh Johan Guttenberg yang mulai mencetak surat kabar. Berita disampaikan dalam bentuk surat kabar yang pertama kali diterbitkan di Inggris tahun 1665M, bernama *Oxford Gazzete* yang kemudian berganti nama menjadi *London Gazzete*.³ Diketahui bahwa organisasi kantor berita mulai eksis ditengah masyarakat pada pertengahan 1800-an, puncak eksisnya dimulai pada saat banyak kantor berita yang memulai pendistribusian berita yang ditulisnya sebagai produk media kepada banyak pihak penerbit surat kabar dan majalah. Dari awal itulah berita melalui surat kabar mulai tersebar ke penjuru dunia.

Di Indonesia sendiri perkembangan berita melalui surat kabar mulai pesat sejak 1744, ketika ada yang surat kabar yang disebut *Bataviasche Nouvelles* muncul memproduksi berita didalamnya, yang terbit selama dua tahun dari tahun 1744 hingga 1746. Hingga terdapat surat kabar yang menyiarkan teks Proklamasi Kemerdekaan yaitu surat kabar *Soeara Asia*, yang terbit pada 18 Agustus 1945.⁴ Perkembangan penyebaran informasi pemberitaan di Indonesia sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Tidak hanya memakai media cetak seperti surat kabar, poster, majalah, dan lainnya, pendistribusian berita juga dilakukan melalui media elektronik seperti televisi, dan radio. Penyebaran informasi melalui radio pertama kali di Indonesia

³ Edison, L. 2019. *Sejarah Jurnalistik*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://kumparan.com/lampu-edison/sejarah-jurnalistik-1sSj9V3Mxld>>.

⁴ "Nailufar, N.N. 2021. *Sejarah Surat Kabar Indonesia dari Zaman Belanda Hingga Reformasi*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/10/151245469/pengertian-teks-berita?page=all>>

diawali dengan berdirinya *Batavia Radio Vereniging (BRV)*, pada 16 Juni 1925.⁵ Kemudian seiring perkembangan teknologi, pada 17 Agustus 1962, televisi mulai tayang secara perdana di Indonesia dengan menayangkan perayaan Hari Proklamasi Republik Indonesia ke-17. Saluran televisi pertamanya yaitu TVRI.

Pada media-media konvensional tersebutlah berita biasanya tersebar. Memasuki era digital yang diikuti dengan perkembangan teknologi nirkabel yang dimulai pada 1990 hingga 2000-an, kemunculan *internet, digital mobile phones, mobile data, laptop, notebook* dan lain sebagainya mempengaruhi media yang digunakan untuk menyebarluaskan berita. Berita yang awal penyebarannya menggunakan surat kabar cetak, berevolusi menjadi surat kabar elektronik yang dipublikasikan melalui *internet*.

Internet merupakan kumpulan jaringan-jaringan komputer yang berhubungan satu sama lain. Informasi dapat ditemukan melalui *internet* dengan menggunakan perangkat yang terhubung ke dalam jaringan *internet*.⁶ Melalui *internet* itulah penyebaran informasi dan berita-berita penting dapat terjadi dengan lebih cepat dari media konvensional. Menurut William Rivers pada buku *Media Massa dan Masyarakat Modern*, menyebutkan bahwa “perkembangan teknologi memberi pengaruh besar terhadap sistem komunikasi massa, termasuk pola-pola komunikasinya”.⁷

⁵ Pranata, Galih. *Peran Serta Radio Dalam Perkembangan Teknologi dan Informasi Indonesia*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://nationalgeographic.grid.id/read/132872860/peran-serta-radio-dalam-perkembangan-teknologi-dan-informasi-indonesia?page=all>>

⁶ Adhani, M. R. 2020. *Pengertian Internet, Sejarah, Perkembangan, Manfaat, dan Dampaknya*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pengertian-internet/>>.

⁷ Sucahya, Media. 2017. “Teknologi Komunikasi dan Media”. *Lontar Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (1) :6-22.

Kemunculan *internet* yang melahirkan adanya berita melalui surat kabar elektronik, mendorong para pelaku komunikasi untuk mengkonsumsi, memproduksi, dan mendistribusikan informasi melalui *internet*. Karena menggunakan media *internet* dinilai dapat jauh lebih menghemat ongkos penggunaan dan informasi lebih cepat tersalurkan. Dari situlah kini banyak terdapat portal berita di *internet* yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Menurut Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jabar, Hilman Hidayat, di Bandung 4 April 2019, terdapat 47 ribu portal berita online di Indonesia pada tahun 2019.⁸

Dari banyaknya portal berita online di Indonesia, tidak semua berita yang disajikan berisi informasi yang faktual. Hoaks atau berita bohong masih banyak terdapat di berbagai media online. Hal tersebut dikarenakan ada banyak portal berita online yang belum terverifikasi dengan penulis atau sumber yang digunakan tidak jelas. Hasil survey Kementerian Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) tahun 2018, mencatat bahwa 76-80% warga Indonesia menyukai berita hoaks.⁹ Literasi yang rendah menjadi salah satu penyebab mengapa masyarakat Indonesia cenderung menyukai informasi yang bernada hoaks.

Salah satu penyebab literasi rendah yaitu karena masyarakat dapat memilih berita mana yang menurutnya menarik. Hoaks sendiri kebanyakan dikemas dengan judul dan layar utama yang sangat menarik perhatian, sehingga dapat

⁸ Redaksi. 2019. *Dari 47 Ribu, Baru 2.700 Media Online Terverifikasi Dewan Pers*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://www.amsi.or.id/dari-47-ribu-baru-2-700-media-online-terverifikasi-dewan-pers/>>

⁹ News, Gencil. 2018. *Mapindo: 80% Masyarakat Indonesia Menyukai Berita Hoax*. Diakses pada 12 Desember 2021. <<https://gencil.news/global/berita-nasional/mapindo-80-masyarakat-indonesia-menyukai-berita-hoax/>>

meningkatkan minat untuk memilih informasi tersebut. Disitulah kekurangan sekaligus kelebihan dari *internet*. Kelebihannya yaitu pengguna dapat memilih informasi atau berita apa yang ingin dilihat atau dibaca. Tetapi juga disayangkan, masyarakat lebih banyak memilih informasi yang menurutnya menarik, seperti hiburan, olahraga, dan berita *intermezzo* lainnya.

Dilansir dari Sindones.com¹⁰, terdapat topik yang paling banyak dicari di Indonesia yang diperoleh dari *Google Year in Search*, hingga November 2021, yaitu Google Translate, BPJS Ketenagakerjaan, PPKM Diperpanjang, Piala Euro, Vaksin COVID-19, Peduli Lindungi, Prakerja.go.id, Olimpiade Tokyo, BTS Meal. Dari topik-topik tersebut tidak terapat kata kunci yang menunjukkan informasi mengenai keadaan daerah atau berita daerah yang dengan sengaja dicari.

Berita mengenai perkembangan daerah, kinerja pemerintah daerah, kurang disenangi masyarakat yang dapat dilihat dari masih sedikitnya pemberitaan mengenai daerah yang publikasinya secara nasional. Kebanyakan pemberitaan daerah lokal hanya terpublikasi di daerah itu saja. Hal tersebut menjadikan masyarakat luas kurang menyadari berita apa saja yang sedang terjadi di daerah lain di Indonesia, khususnya pada pemberitaan perkembangan daerah dan kinerja pemerintah daerah.

Pemerintah melalui Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *e-Government*, mengamanatkan kepada lembaga negara untuk membangun *website* guna mengembangkan *e-Government* sebagai upaya penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik

¹⁰ Rakhmayanti, Intan. 2021. *Topik Paling Banyak Dicari di Google Sepanjang 2021*. Diakses pada 8 Agustus 2022. <<https://tekno.sindonews.com/read/622655/207/inilah-9-topik-paling-banyak-dicari-di-google-sepanjang-2021-1638972747>>

dengan tujuan meningkatkan layanan publik yang efektif dan efisien.¹¹ Layanan publik tersebut juga termasuk didalamnya adalah informasi mengenai pemberitaan daerah.

Dengan adanya *website* pada masing-masing lembaga negara, khususnya DPRD sebagai wakil rakyat tingkat daerah, dapat dipraktikkan prinsip *good-governance* yaitu prinsip transparansi dan partisipasi. Penerapan prinsip tersebut memungkinkan masyarakat dapat mengetahui atau mengakses informasi mengenai kegiatan pengambilan kebijakan dan pelaksanaan kerja organisasi. Tetapi dalam hal ini masyarakat diharuskan untuk membuka *website* resmi dari masing-masing daerah untuk memperoleh informasi tersebut.

Sementara jika dilihat di sekeliling kita, masyarakat atau kita sendiri sangat jarang bahkan hampir tidak pernah untuk dengan sengaja membuka *website* resmi pemerintah daerah hanya untuk mengetahui ada informasi apa saja terkait daerah tersebut. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat mengenai informasi daerah masih minim, jika dilihat dari kebiasaan sehari-hari. Kecuali mereka yang memang memiliki pekerjaan di bidang yang berhubungan dengan informasi daerah, seperti jurnalis dan wartawan.

Solusi dari permasalahan tentang keharusan membuka *website* atau portal berita untuk mengakses informasi yang sedang terjadi di pemerintahan daerah adalah dengan menyediakan media massa yang isi dari media tersebut dapat dilihat tanpa mengharuskan untuk membuka *website* atau portal berita. Media massa yang dapat diakses dengan hanya melihat kearah perangkatnya saja. Media

¹¹ Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2003 *Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government*. 9 Juni 2003. Balai Pelatihan dan Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

yang penyajian isi informasinya dikhususkan untuk publikasi perkembangan dan kinerja daerah-daerah di Indonesia.

Dalam hal ini media yang dapat digunakan yaitu papan tanda digital luar ruangan. Media digital luar ruang merupakan semua pola yang dapat mengantarkan pesan dari pemilik pesan ke penerima pesan dimana lokasi penempatan bentuk penghantar pesan berada di luar ruangan atau luar rumah.¹² Keunggulan utama dari media ini ialah menggunakan sistem *streaming* sehingga dapat menyampaikan pesan secara langsung dalam waktu yang sama dan bersifat *real time*.

Papan tanda digital luar ruangan atau *Digital-Out-Of-Home* (DOOH) umumnya digunakan sebagai alat periklanan atau komersil. Tetapi, dengan kesadaran akan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai informasi daerah, LKBN ANTARA melalui ANTARA Digital Media, mengembangkan fasilitas layanan informasi publik dengan menempatkan beberapa DOOH dibanyak titik di seluruh Indonesia.

Pertama di Indonesia, penyebaran informasi tentang pemberitaan daerah disajikan melalui DOOH oleh ANTARA Digital Media yang dapat dilihat di ruang publik. Ruang publik tersebut antara lain kantor pemerintahan, rumah sakit daerah, bandara, stasiun kereta, hingga persimpangan jalan. Dengan adanya DOOH oleh ANTARA Digital Media, masyarakat melihat informasi mengenai daerah-daerah di Indonesia dengan konten berita terpercaya yang berasal dari pemerintah daerah-daerah tersebut secara langsung. Tentunya teknik ini dapat

¹² Lizardo, J. dan A. Furinto. 2020. *Strategi Co-Digination Menghadapi Kompetisi Digital: Membangun Daya Saing Perusahaan di Industri Media Luar Ruang*. Cetak Pertama, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

meminimalisir hoaks yang tersebar karena sumber berita pada DOOH tersebut berakreditasi tinggi.

Dalam menyebarkan perangkat DOOH tersebut, ANTARA Digital Media memerlukan hubungan baik dengan pihak-pihak terkait yang dapat membantu penyebaran DOOH tersebut. Salah satu pihak tersebut adalah Pemerintah Daerah. ANTARA Digital Media memerlukan kerjasama dengan pihak eksternal untuk menjalin relasi terkait penyebaran DOOH. Oleh karena itu, Digital Media perlu melakukan kegiatan relasi eksternal dengan Pemerintah Daerah.

Relasi eksternal merupakan kegiatan untuk menjalin suatu hubungan yang baik dengan berbagai pihak dari luar perusahaan yang umumnya memiliki kepentingan tertentu terhadap perusahaan tersebut. Prinsip utama dari melangsungkan komunikasi eksternal adalah harus diterapkan kiat persuasive serta giat dalam menuangkan segala informasi. Tujuan melakukan relasi eksternal dimaksudkan sebagai upaya untuk mempertahankan apa yang dijaga perusahaan berupa kredibilitas, dilakukan demi tanggapan positif yang diperoleh perusahaan dari publik eksternal.

Kegiatan membangun relasi eksternal merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam hal ini, ANTARA Digital Media melakukan strategi relasi eksternal dengan lembaga pemerintahan, rumah sakit, stasiun kereta api, dan bandara udara sebagai publik eksternalnya dalam menjalankan kerjasama pada bidang memperluas publikasi mengenai informasi daerah melalui DOOH. Strategi relasi eksternal ini dilakukan agar pihak ANTARA Digital Media dapat

melakukan komunikasi persuasif pada pemerintah daerah sehingga tertarik untuk bekerjasama.

Strategi yang dilakukan ANTARA Digital Media dalam menjalankan relasi eksternal bagi sebuah perusahaan tentunya memiliki cara dan taktik tersendiri. Maka seperti yang sudah dijabarkan diatas, peneliti ingin meneliti ANTARA Digital Media dalam melakukan strategi relasi eksternal ANTARA DIGITAL dengan *stakeholdernya* dalam bidang memperluas publikasi informasi dan berita daerah melalui media DOOH. Tanpa adanya hubungan baik dengan pihak eksternal, tidak akan terbentuk kerjasama yang baik pula.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui: *Bagaimana Strategi ANTARA Digital Media Dalam Menjalin Relasi Eksternal Dengan Stakeholder Untuk Memperluas Publikasi Daerah Melalui Digital-Out-Of-Home.*

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: mengidentifikasi *Strategi ANTARA Digital Media Dalam Menjalin Relasi Eksternal Untuk Memperluas Publikasi Berita Daerah Melalui Digital-Out-Of-Home.*

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Harapan peneliti dari penelitian ini ialah dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi, serta menjadi referensi untuk sarana informasi dan edukasi khususnya mengenai kegiatan relasi eksternal dalam publikasi pemberitaan dan informasi daerah melalui media digital.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan dapat menambah ilmu bagi peneliti serta pembaca tentang kegiatan relasi eksternal khususnya dalam publikasi pemberitaan daerah melalui media digital. Juga dapat memberi kontribusi berupa bahan masukan dari hasil penelitian bagi ANTARA Digital Media tentang keefektifan kegiatan relasi eksternal yang dilakukan.
2. Sebagai bahan informasi rujukan bagi warga Universitas Nasional sebagai lembaga pendidikan yang mewadahi penelitian ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan gambaran umum dari permasalahan yang akan dibahas. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan ringkasan dari penelitian-penelitian sebelumnya tentang topik yang dibahas dalam penelitian ini. Terdapat pula pengertian dari kajian kepustakaan, teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang akan membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang diawali dengan sejarah terbentuknya perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan. Bab ini didominasi oleh hasil observasi dan wawancara yang didapat ketika proses pengumpulan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran terdapat rangkuman dari hasil penelitian, juga saran-saran yang berbentuk saran teoritis dan saran praktis.



