

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini telah memacu perubahan hidup manusia karena memasuki zaman modern dimana dunia media massa berkembang menjadi serba digital. Kebutuhan akan informasi dan pengetahuan baru sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat karena setiap hari untuk mendapatkan informasi sangatlah mudah. Perkembangan komunikasi dan media komunikasi saat ini menunjukkan pula perkembangan adanya perluasan kesempatan kerja, terutama yang berkaitan dengan media massa cetak. Dengan kata lain tumbuh berkembangnya kebutuhan mengenai segala hal informasi baru untuk menyediakan lapangan kerja sangatlah luas, salah satunya pada dunia kerja penulisan karena dengan menulis kita dapat menghasilkan suatu hal baru terutama karena menulis itu menyenangkan juga tidak sulit sehingga siapapun bisa menulis dimana saja dan kapan saja.

Media massa berhasil menjadi wadah segala macam bentuk dunia pekerjaan terutama yang berkaitan dengan dunia penulisan dan penyiaran. Karena industri media massa telah berkembang pesat dan sejalan dengan luasnya kebutuhan masyarakat mengenai hal informasi. Dan saat ini, industri media massa muncul sebagai salah satu bentuk industri raksasa yang memunculkan berbagai peluang bisnis. Maka dari itu, banyak sekali media massa, baik surat

kabar harian, majalah, tabloid, dan sebagainya terus meningkat dari tahun ke tahun. Media massa surat kabar misalnya, pada 1977 di seluruh Indonesia hanya beroplah dua juta eksemplar, namun di tahun 1980 melonjak menjadi 4,5 juta. Di tahun 2000 menjadi tujuh juta, dan pada 2010 mencapai angka lebih dari 12 juta. Pada catatan akhir tahun 2001, Dewan Pers mencatat sebanyak 564 media massa cetak yang terbit di Indonesia, dan jumlah ini akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Jumlah tersebut masing-masing terdiri atas 305 surat kabar harian, 132 tabloid, dan 127 majalah. Menulis di media massa dapat mendatangkan berbagai keuntungan, baik keuntungan finansial maupun keuntungan nonfinansial. Keuntungan finansial yaitu keuntungan yang bersifat materi karena mendapatkan honor menulis, sedangkan keuntungan nonfinansial yaitu keuntungan di luar materi, seperti kepuasan batin, popularitas, prestise, dan lain sebagainya (Widarmanto, 2017:7-8).

Majalah Sunda Manglé pertama kali terbit dan menjadi satu-satunya majalah berbahasa Sunda yang konsisten terbit hingga sekarang. Manglé adalah sebuah media berbahasa sunda yang konsisten di Indonesia berbasis media cetak. Tapi seiring perkembangan era konvergensi media di tahun 2021 Manglé telah berevolusi dan menjadi *multi-platform* media untuk menyasar para generasi millennials dan Gen Z dengan sebutan Mangle.id, kini Manglé sudah masuk ke era digital khususnya di media sosial. Manglé digital memiliki visi menjadi media yang dapat menyuarakan generasi millennials dan Gen Z melalui bahasa Sunda. Manglé Sudah masuk ke era digital khususnya di sosial media. Mangle

akan memberikan edukasi pada para generasi muda untuk mengenal Bahasa Sunda dan kultur Sunda lebih dalam lagi.

Karena akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan napa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apa pun dari sumber mana pun. Juga, sebagaimana diulas Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai industri yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Institusi media bisa saja menyembunyikan peristiwa, namun sebaliknya melalui internet khalayak mendapatkan peristiwa tersebut melalui khalayak lain.

Media sosial adalah tempat dimana semua informasi dapat dengan mudah dicari bukan hanya sebagai sarana bisnis media sosial juga menjadi sumber ilmu pengetahuan dan juga bisa menjadi sarana aspirasi kepada khalayak luas. Dari ketergantungan khalayak akibat dari pengaruh media sosial itu adalah

apapun yang menjadi suatu informasi dan layak untuk dipublikasikan maka dengan mudah siapapun bisa mengunggahnya sendiri menjadi konten di media sosial. Konten yang disajikan sangatlah beragam dari informasi berita fakta, opini, dan bahkan bisa juga menjadi berita *hoax*.

Tanpa adanya komunikasi, sejarah peradaban manusia tak akan dapat maju sebagaimana tak ada hubungan yang memungkinkan informasi dapat dibagi kepada orang lain yang membuat informasi, wawasan atau pesan dapat tersampaikan. Sejak manusia hadir dalam kehidupan, sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, imbauan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah. Dengan itu pula, informasi atau pengetahuan yang ditemukan oleh seseorang atau kelompok manusia dapat diterima banyak orang dan pada akhirnya persepsi terhadap suatu hal mampu membuat masyarakat memahaminya secara bersama-sama.

Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa (Laswell). Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan. Perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), hingga media (teknologi komunikasi) yang ada. Mulai dari penggunaan daun lontar, menggunakan jasa kurir, burung merpati untuk berkirim surat, hingga

penggunaan teknologi yang sudah terbuat dari mesin elektronik dan seluler seperti sekarang ini, gejala komunikasi berkembang seiring dengan kemajuan pada ranah teknologi.

Media massa mengalami beberapa tahap perubahan, transformasi, dan bahkan bermetamorfosis. Roger Fidler menyebut fase berbagai perkembangan media dengan nama mediamorfosis. Dalam pandangan Fidler, mediamorfosis memiliki tiga konsep, yaitu: koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas. Ia mendefinisikan mediamorfosis sebagai transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi.

Perkembangan teknologi komunikasi yang awalnya berasal dari mesin cetak untuk menghasilkan surat kabar, majalah, dan buku. Kemudian, teknik photography dengan videography yang menghasilkan gambar dan film. Lalu, ada teknologi gelombang elektromagnetik yang melahirkan radio dan televisi. Terakhir, teknologi berbasis internet yang kemudian mempopulerkan istilah media baru. Dengan hadirnya network social media (internet) sangat berpengaruh pada perkembangan dunia media massa saat ini. Setidaknya internet memicu beberapa perubahan mendasar dalam lingkungan media massa. Seperti pada perubahan proses jurnalistik, termasuk digitalisasi, Dan juga perubahan bentuk sekaligus tata cara organisasi media.

Era digital yang semakin berkembang pesat dipercaya akan memungkinkan siapapun melakukan hal dengan mudah melalui internet. Dengan tujuan pasar yang besar, akses informasi yang mudah menjadi alasan utama mengapa bisnis digital mengalami pertumbuhan yang pesat. Namun perlu diingat bahwa persaingan di bisnis online ini juga bukan main-main. Dengan mudahnya mendapat akses internet maka pemanfaatannya juga sangatlah banyak dan salah satunya adalah bagaimana media bekerja untuk memberikan informasi kepada khalayak luas.

Media sosial saat ini sangat berperan penting sehingga dialokasikan sebagai sarana bisnis yang sangat menguntungkan dengan cara-cara yang beragam. Maka dari itu, semua pengguna media sosial akan menggunakan caranya sendiri dalam mengolah bisnis. Tidak hanya datang dari kalangan usia tua untuk menjalankan usaha di media sosial karena banyak juga dari kalangan millennials yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana bisnis. Bahkan, milenialls sekarang bisa dibilang sudah cukup mahir dan lebih mengerti akan penggunaan media sosial yang baik.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi Mangle.id dalam beradaptasi, mengelola dan mempertahankan eksistensinya sebagai media bahasa Sunda, mengetahui berbagai hambatan dalam mempertahankan eksistensinya dan cara mengatasinya, mengetahui bagaimana strategi komunikasi redaksi Mangle.id, kemudian juga untuk mengetahui tujuan Mangleé melahirkan media digital pada *platform* media sosial Instagram di era digital saat

ini, karena bisa disebutkan bahwa konten yang disajikan Mangle.id sangat berbeda dengan media cetak Mangle, dari mulai penggunaan bahasa bahkan informasi yang disajikan, melalui media digital ini penggunaan bahasa Sunda yang digunakan menyesuaikan dengan anak muda supaya lebih mudah dipahami dan menarik karena menjadi satu-satunya media *platform* yang masih melestarikan budaya bahasa daerah, dan apakah strategi yang dilakukan sudah sesuai sebagai media.

Terdapat hal unik pada penelitian ini, karena pada pertengahan peneliti sedang melaksanakan penelitian, perusahaan Mangle.id akan melakukan transformasi brand dengan beberapa penjelasan yang akan tertera pada bab pembahasan penelitian. Perubahan ini merupakan strategi media sosial Instagram pada Mangle.id dalam upaya mempertahankan eksistensinya pada era industri media saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sesuai judul penelitian, yaitu : Bagaimana Strategi Komunikasi Mangle.id Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Era Digital.

1.3 Identifikasi Masalah

Peneliti melakukan batasan dalam penelitian supaya penelitian ini bisa lebih terarah dan jelas karena untuk menghindari ruang lingkup yang luas. Maka

dari beberapa uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi media sosial instagram Mangle.id untuk mempertahankan eksistensinya pada era digital?
2. Apa saja faktor yang menjadi hambatan Mangle.id dalam upaya mempertahankan eksistensinya?
3. Bagaimana upaya Mangle.id dalam menghadapi tantangan-tantangan pada era digital saat ini?

1.4 Tujuan Penelitian

Target merupakan tujuan dari hasil sebaik-baiknya penelitian ini. Maka tujuan dari melakukan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seperti apa strategi Mangle.id untuk tetap konsisten mempertahankan eksistensinya pada era digital.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menjadi hambatan Mangle.id dalam mempertahankan eksistensinya.
3. Untuk mengetahui seperti apa upaya Mangle.id dalam hal menghadapi tantangan-tantangan itu.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan baru kepada mahasiswa/I khususnya pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik prodi ilmu komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP mengenai Mangle.id.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat dalam bidang penelitian ilmu komunikasi serta dapat menambah pengalaman dan pengetahuan mahasiswa/I yang akan melakukan penelitian ini selanjutnya.

3. Secara Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru mengenai strategi platform Instagram yang dilakukan Mangle.id mempengaruhi dan membuat mahasiswa/I tertarik dengan penelitian ini dan akan menjadi penelitian berkelanjutan juga menjadi informasi yang sangat berguna untuk perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

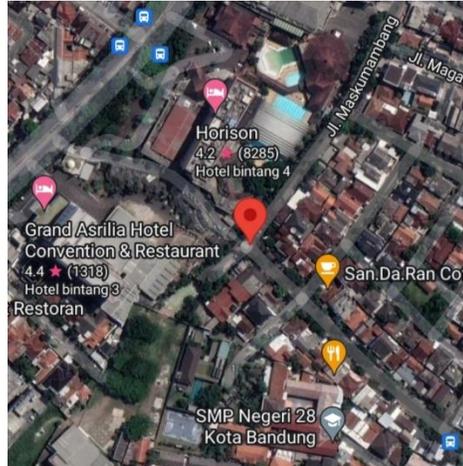
Sistematika penulisan pada laporan ini tersusun dari BAB I sampai dengan BAB V yang disertai dengan lampiran-lampiran, yang akan diringkas sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan apa pendekatan penelitian yang digunakan peneliti, menjelaskan subjek dan objek penelitian, menjelaskan informan kunci, kemudian memaparkan teknik pengumpulan data yang digunakan, lalu yang terakhir menjelaskan teknik analisis data dan teknik keabsahan data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, menjelaskan mengenai objek penelitian, hasil pembahasan, dan pembahasan penelitian.
5. BAB V PENUTUP, hasil dari kesimpulan dan juga rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti memilih Mangle.id sebagai tempat penelitian dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI MANGLE.ID DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA ERA DIGITAL (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada *Platform* Media Sosial Mangle.id)”. Lokasi penelitian ini berada di

Jl.Maskumambang no.39, Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, 40264, Jawa Barat, Indonesia.



Gambar 1.1 Lokasi Mangle.id.

Sumber: Google Maps.

Selanjutnya, ini merupakan rincian waktu proses penyusunan usulan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang disajikan dalam bentuk tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rincian Proses Penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti

No	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan	Tahun
1	Tahap Persiapan	Observasi	Januari - Maret	2022
	Penelitian	Identifikasi Masalah	Januari - Maret	2022

		Pengajuan Judul Penelitian	Januari	2022
		Acc Judul Penelitian	Januari	2022
		Pengarahan Pembimbing	Februari - Maret	2022
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Penyusunan Latar Belakang Penelitian	Januari - Februari	2022
		Bimbingan Mengenai Latar Belakang Kepada Pembimbing	Januari - Februari	2022
		Penyusunan BAB I	Januari - Februari	2022
		Penyusunan BAB II	Februari - Maret	2022
		Penyusunan BAB III	Februari - Maret	2022
		Pengajuan Permohonan Izin Penelitian	April	2022
		Persetujuan Izin Penelitian	April	2022

		Konfirmasi BAB I, BAB II dan BAB III	April	2022
3	Sidang Usulan Penelitian	Persiapan Sidang Usulan Penelitian	April	2022
		Sidang Usulan Penelitian	April	2022
4	Penyusunan Skripsi	Observasi dan Wawancara	April - Juni	2022
		Pengumpulan Data Penelitian	April - Juni	2022
		Penyusunan BAB IV	Mei - Juli	2022
		Penyusunan BAB V	Juni - Juli	2022
		Revisi BAB IV dan BAB V	Juli	2022
		Konfirmasi BAB IV dan BAB V	Juli - Agustus	2022
5	Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	Juli - Agustus	2022

		Sidang Akhir	Agustus	2022
--	--	--------------	---------	------