

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Era digital membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Keseharian manusia di era digital, menjadi jauh berbeda dibanding sebelumnya. Sebuah penelitian mengenai konsumsi media memperlihatkan perubahan pola konsumsi media dalam 10 tahun terakhir (2011-2021). Penelitian tersebut memperlihatkan makin besarnya penggunaan media digital di saat media konvensional semakin ditinggalkan. Data Pola Konsumsi Media yang dikeluarkan oleh Hootsuite di Indonesia

Data tersebut memperlihatkan menurunnya penggunaan media konvensional seperti , aktif media sosial 61,8% serta Internet Users 73.7% lalu. Di saat sama, penggunaan media digital meningkat tajam. Bahkan akses media digital menggunakan perangkat mobile meningkat hingga 125%. (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>)

Meningkatnya penggunaan media digital tidak hanya terjadi di Indonesia . Data yang dikeluarkan mengakses internet durasinya adalah 8 Jam 52 Menit, Untuk orang menonton televisi adalah 2 Jam 50 Menit Sedangkan Mengakses media sosial 3 Jam 14 Menit dan Radio hanya 33 Menit saja Untuk Indonesia, data yang dikeluarkan oleh sumber yang sama, terlihat lebih tinggi dari data pada tingkat dunia. penduduk Indonesia sudah terhubung dengan internet dan memiliki koneksi internet melalui telepon genggam.

. McLuhan dan Quentin (17:2002) menjelaskan bahwa sejarah media pada dasarnya memperlihatkan esensi masyarakat. Media berfungsi sebagai perpanjangan indra manusia pada masing-masing era. Meminjam tesis McLuhan dan Quentin maka penggunaan media digital yang semakin masif belakangan ini merupakan cerminan masyarakat dunia yang sudah berada pada era Revolusi Industri 4.0.

Menteri Perindustrian Airlangga Hartato menjelaskan: “Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, di mana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama”. Era ini menjadi perpaduan antara system fisik-cyber, *Internet Of Things*, serta kepitangan yang menjadi kenyataan. Sumber: (https://kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media)

Salah satu ciri dari era Revolusi Industri 4.0 adalah kecepatan dalam memperoleh informasi. Akses yang makin terbuka dengan adanya internet, membuat sumber informasi menjadi semakin beragam. Manusia memiliki kesempatan untuk memilih sumber informasi serta informasi yang ingin didapatkannya. Kondisi ini menuntut penyedia informasi untuk lebih baik dalam informasi yang disampaikan menyangkut bentuk, isi dan kecepatan. Teknologi memungkinkan informasi kini disampaikan dengan menggunakan perpaduan

audio dan visual secara optimal. Dengan demikian, informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat. Namun di sisi lain teknologi juga membuat semakin banyak dan mudah informasi yang tidak benar (hoax) beredar di masyarakat.

Dan menurut data analisis kominfo penyebar hoaks itu lebih cenderung orang tua yang menyebarkan sebagai contoh ibu-ibu chat langsung forward tanpa membaca pesan tersebut dan usia ibu-ibu adalah 45 tahun maka dari itu juga kominfo melakukan literasi digital yang mengajarkan tentang penggunaan gadget yang baik selain itu program miss lambe vs fact-boy ini memberikan informasi-informasi terkini, dalam penyebaran hoaks ini biasanya disebar media sosial melalui Whatsapp Group dan facebook

Dalam survei yang sama bahwa 90,3 Persen responden itu menjawab hoax adalah berita bohong yang disengaja 61,6 persen mengatakan berita bohong yang menghasut dan 59 persen berpendapat hoax adalah berita tidak akurat dan 14 persen berita ramalan atau fiksi ilmiah

Media social merupakan salah satu media digital yang paling banyak diakses. Menurut data We Are Social, Youtube merupakan salah satu media social yang paling banyak penggunanya. Di Indonesia, Youtube bahkan menjadi media social yang paling banyak diakses (data Januari 2021). Kanal video populer ini sangat mudah digunakan. Video yang tersedia juga sangat banyak dalam beragam kategori dengan kualitas yang cukup baik.

Seperti halnya jenis media yang lain, Youtube juga dapat menjadi saluran edukasi melalui video-video yang ditayangkan pada sebagian kanal. Jenis video edukasi biasanya berisi tips dan informasi yang bersifat edukatif (Hellianthusonfri, 2020: 39).

Kementerian Komunikasi dan Informatika mencoba memanfaatkan Youtube sebagai media edukasi pada masyarakat, terutama menyangkut informasi dan komunikasi. Melalui kanal KEMKOMINFOTV, disajikan berbagai program edukasi, salah satunya adalah Miss Lambe VS *Factboy* yang merupakan program youtube channel yang memberi informasi seputar fakta-fakta dan hoaks yang beredar di Indonesia. Program ini bertujuan untuk mengedukasi warga negara Indonesia yang mungkin masih percaya *hoaks* dengan menampilkan pesan edukasi. Pesan edukasi yang disampaikan tentu diharapkan akan memberi efek atau dampak positif bagi penontonnya. Menurut Dani Noor Vardiansyah (2004:27) efek komunikasi dapat di artikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Ada tiga tataran pengaruh yaitu Kognitif (seseorang yang tidak tahu menjadi mengetahui sesuatu), Afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan Konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

1.2 Fokus Penelitian

Dalam fokus penelitian itu bagaimana kita bisa melihat dalam kanal youtube kominfo, menyampaikan pesan edukasi tentang pesan hoax, pada program miss lambe vs factboy seperti apa tanggapan masyarakat pada saat nonton program, tersebut dan bagaimana cara kominfo memberikan tayang edukasi dalam menjalankan strategi komunikasinya, lalu sebagai bentuk wujud tayangan yang mengandung pesan edukasi sebagai hal yang positif dan bagaimana masyarakat menilai program miss lambe vs fact boy. Kominfo bisa lebih fokus respon yang ada pada masyarakat pada tayangan yang dibuatnya “ pesan hoax pada miss lambe vs fact boy”.

Berdasarkan latar belakang fokus penelitian yang dikemukakan maka penulis merumuskan masalah menjadi dua, yaitu:

1. Bagaimana bentuk penyampaian pesan yang digunakan kominfo dalam menyampaikan pesan edukasi?
2. Apa yang menjadi dasar kominfo dalam kanal youtube pada program penyampaian pesan edukasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1.3.1 Teoritis : untuk mengetahui penyampaian pesan yang digunakan kominfo dalam pesan edukasinya

1.3.2 Praktis: untuk mengetahui tentang pesan yang disampaikan dalam menyampaikan pesan edukasinya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yakni:

1.4.1 Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sebuah manfaat bagi kita semua dalam kemampuan berfikir untuk menjadi kepentingan yang umum bagi mahasiswa universitas esa unggul khususnya fakultas ilmu komunikasi. Lalu, hasil penelitian ini bisa menjadi contoh yang sangat bermanfaat sebagai. Bahan baru dalam membuat referensi bagi yang mempunyai konsep pemikiran yang sama dalam mendalami penelitian terhadap penelitian-penelitian yang sama.

1.4.2 . Praktisi

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan atau masukan yang bisa dimengerti dan dipahami kementerian kominfo dalam menjalankan tugas fungsinya pada strategi kominfo sehingga tayangan pesan edukasi di kanal youtubanya mendapatkan pesan dan kesan yang baik, bagi masyarakat. Selain itu apa yang disampaikan program miss lambe vs fact-boy bisa menjadi hal yang baik dan mudah dipahami serta menjadi motivasi yang positif bagi kementerian kominfo dalam berbagai upaya kritik dan saran mungkin saja bisa diambil sisi positifnya. Sehingga program miss lambe vs fact-boy bisa menjadi program yang positif bagi masyarakat

