

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, kini manusia dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat, terkini, dan terpercaya tanpa adanya batasan ruang, jarak, dan waktu. Informasi yang didapatkan oleh manusia merupakan sebuah proses komunikasi yang selalu terjadi dalam setiap kehidupan manusia. Menurut Mulyana (2016:46) Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan atau informasi dari satu pihak pengirim pesan atau informasi yang disebut komunikator, kepada pihak penerima pesan atau informasi yang disebut komunikan, dengan tujuan untuk mencapai sebuah pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi maupun penyampaian informasi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media, baik cetak elektronik maupun *online*. Saat ini, dari ketiga bentuk media yang ada, media *online* menjadi pilihan yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Sesuai data dari Romli (2018:35) yang menyatakan media *online* bisa diakses kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real-time*”. Menurut Romli (2018:34) Media *online* atau portal berita merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui situs web (*website*) internet. Penting juga bagi setiap lembaga yang memiliki portal berita untuk melakukan upaya membangun *awareness* dan pemahaman kepada masyarakat dengan melakukan kegiatan pemasaran.

Menurut Kotler dan Amstron pada Panuju (2019:5) Pemasaran atau *Marketing* merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan. Pemasaran pada dasarnya adalah fenomena komunikasi, sebab dalam pemasaran sebagian besar aktivitasnya adalah aktivitas komunikasi.

Komunikasi masih sangat diperlukan untuk memastikan bahwa apa yang dimaksud pemasar (komunikator) sampai pada calon konsumen (komunikan) bersesuaian. Para ahli kemudian berikhtiar mengawinkan ilmu komunikasi dengan ilmu pemasaran dan jadilah istilah baru komunikasi pemasaran atau *marketing communication*. Menurut Sulaksana dalam Priansa (2017:96) Komunikasi pemasaran atau *marketing communication* adalah proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan hal-hal yang akan ditawarkan kepada Sasarannya.

Dalam rangka membangun hubungan pelanggan yang baik, perusahaan harus merencanakan strategi promosi yang mampu meningkatkan nilai pelanggan. Menurut Kurniawan (2018:43) Promosi adalah kegiatan yang

dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengenalkan dan mempublikasikan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat.

Mata Indonesia News (Minews) adalah mega portal berita yang merupakan produk dari PT. Mata Milenial Indonesia. Portal berita ini menampilkan konten positif dalam berbagai varian, mulai dari teks, foto, video maupun infografis dengan pendekatan jurnalistik ala milenial. Pasar Minews adalah anak muda karena penggunaan bahasa, sudut pandang dan gayanya membuat anak-anak muda tertarik membaca Minews.

Minews menyebarkan konten positif berbasis media online yang disebar tak hanya melalui media sosial tapi juga aktivasi khas anak muda. Hal ini akan membuat penyebaran pesan dan informasi bisa tersebar secara masif dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Peran seorang *Marketing Communication* sangat penting dalam mempromosikan Minews dikarenakan perusahaan ini baru berjalan selama dua tahun. Tanpa promosi, masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan *website* portal berita Minews. Adapun dalam menjalankan perannya, seorang *Marketing Communication* sering menemukan hambatan-hambatan. Dalam laporan akhir ini penulis akan menjabarkan secara lebih rinci mengenai peran *marketing communication* dalam mempromosikan portal berita Mata Indonesia News.

### Rumusan Masalah

Suatu pembahasan Laporan Akhir dilakukan karena adanya permasalahan. Permasalahan menentukan poin-poin yang akan dibahas dalam pembahasan Laporan Akhir ini agar tidak melenceng dari tujuan yang ada. Berdasarkan apa yang sudah saya tulis pada latar belakang, berikut adalah rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini:

- 1) Apa saja peran *marketing communication* di portal berita Mata Indonesia News?
- 2) Bagaimana peran *marketing communication* dalam mempromosikan portal berita Mata Indonesia News?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi seorang *marketing communication* di portal berita Mata Indonesia News?

### Tujuan

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah yang telah ditentukan dengan berdasarkan kepada latar belakang, maka tujuan dari Laporan Akhir dengan judul Peran *Marketing Communication* dalam Mempromosikan Portal Berita Mata Indonesia News ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran *marketing communication* di portal berita Mata Indonesia News.
- 2) Menjelaskan peran *marketing communication* dalam mempromosikan portal berita Mata Indonesia News.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi seorang *marketing communication* di portal berita Mata Indonesia News.

