

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Membaca adalah sebuah kegiatan atau aktivitas transfer informasi, berita, atau menambah ilmu serta wawasan. Menurut Patiung (2016) membaca dapat diartikan sebagai upaya menemukan berbagai informasi dalam sebuah tulisan dengan proses kognitif. Kegiatan membaca ini menggabungkan suatu kata tulis dengan makna lisan (Sugiarti, 2012) mengenai huruf-huruf dan kelompok huruf yang mempunyai makna tertentu yang menunjukkan ide secara tertulis atau tercetak (Susanti, 2002).

Menurut Artana (2015) kegiatan membaca ini sangat penting untuk meningkatkan wawasan berpikir dan memperluas pengetahuan. Melalui kegiatan membacaini dapat meningkatkan memori dan pemahaman, menjernihkan cara berpikir, serta meningkatkan pengetahuan (Lubis, 2020). Membaca juga dapat memperkaya kosa kata serta meningkatkan perbendaharaan ungkapan yang tepat. Membangun daya kreativitas menciptakan, mengembangkan intelektual/kecerdasan dan mepedalam penghayatan ilmu, Memperluas cakrawala pikir dan pandang, meningkatkan penghayatan hidup yang lebih dalam serta membina keterbukaan dan obyektivitas, menambah bendaharaan wawasan dan pengalaman hidup. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan membaca ini sangatlah memberikan banyak manfaat terutama bagi kita sebagai remaja yang hidup di era digital (Amir dan ukayah dalam Laily 2014).

Inovasi Bisnis dan kompetisi dalam Upaya menjamin berkelanjutan bisnis merupakan salah satu strategi dalam dunia usaha saat ini, apalagi ditengah gempuran pandemi *COVID-19* pada tahun 2020 – 2022, dunia usaha diminta untuk bisa memberikan inovasi untuk tetap bertahan dan berdiri kokoh agar tidak ada pengurangan atau PHK karyawan. Inovasi tersebut sangat dibutuhkan disemua sektor usaha baik di swasta maupun pemerintah. Bahkan dimana semua

Perusahaan harus bisa menciptakan inovasi-inovasi baru agar para karyawan tetap bisa bekerja. Dengan ada inovasi yang dilakukan perusahaan,

Hasil Survei yang dilakukan oleh KOMINFO (Indonesia Indeks literasi digital Indonesia kembali mengalami peningkatan pada tahun 2022. <https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>, diakses 15 desember 2023, 12:30).

Hasil tersebut tergambar dari survei Status *Literasi Digital* Indonesia 2022 yang dilakukan Kementerian Kominfo bekerja sama dengan Kata data *Insight Center* (KIC). Pada tahun 2020 Indonesia hanya memperoleh skor 3,46 poin, kemudian tahun 2021 naik menjadi 3,49 poin (naik 0,03 poin). Tahun ini, Indonesia berhasil naik 0,05 poin dari 3,49 menjadi 3,54 poin,” ucap Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, *Semuel Abriyani* Pangerapan, pada Peluncuran Status *Literasi Digital* Indonesia 2022, di Menara Danareksa Jakarta, Rabu (01/02/2023).

Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan empat pilar, yaitu kecakapan digital (*digital skills*), etika digital (*digital ethics*). Dari hasil survei pembaca indeks Kementerian Kominfo bekerja sama dengan Katadata *Insight Center* (KIC) Skor tersebut menunjukkan bahwa literasi digital masyarakat Indonesia berada pada kategori sedang. Pengukuran dilakukan), keamanan digital (*digital safety*), dan budaya digital (*digital culture*). <https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>, diakses 15 desember 2023,12:30)

Dari hasil riset yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat empat pilar, yaitu *digital skills*, *digital ethics*, *digital safety* dan *digital culture*. Dari keempat pilar tersebut, terdapat tiga pilar yang mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, yakni pilar *digital skill* (dari 3,44 menjadi 3,52), pilar *digital ethics* (3,53 menjadi 3,68), dan pilar *digital safety* (3,10 menjadi 3,12). Sementara itu pilar *digital culture* mengalami penurunan dari 3,90 menjadi 3,84. Survei dilakukan secara tatap muka terhadap 10 ribu responden yang dipilih dengan menggunakan metode *multistage random sampling* pada bulan Agustus – September 2022 di 34 provinsi, mencakup 514 kabupaten/kota. <https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>, diakses 15 desember 2023, 12:30)

Hasil Survey indeks Kementerian Kominfo bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC)2022,sebagai berikut :

**Tabel 1.1** **Perbandingan**  
**Indeks pembaca ANTARA berdasarkan provinsi di Indonesia dari tahun 2021 – 2022<sup>1</sup>**

Peringkat	Tahun 2022		Tahun 2021	
	Provinsi	Indeks	Provinsi	Indeks
1	DI Yogyakarta	3,64	DI Yogyakarta	3,71
2	Kalimantan Barat	3,64	Kepulauan Riau	3,68
3	Kalimantan Timur	3.62	Kalimantan Timur	3.62
4	Papua Barat	3.62	Sumatra Barat	3.61
5	Jawa Tengah	3.61	Gorontalo	3.61
6	Kalimantan Tengah	3.60	Papua Barat	3.61
7	Jawa Barat	3.60	Nusa Tenggara Timur	3.60
8	DKI Jakarta	3,59	Kalimantan Barat	3,58
9	Kep.Riau	3,59	Aceh	3,57
10	Jawa Timur	3.85	Kalimantan Utara	3.57
11	Sulawesi Tenggara	3.57	Sulawesi Barat	3.57
12	Papua	3,55	Kepulauan Bangka Belitung	3,57
13	Bengkulu	3,55	Jawa Timur	3,55

14	Maluku	3,54	Sulawesi Utara	3,53
15	Jambi	3,54	Lampung	3,52
	Rata-Rata 2021	3,54	Rata-Rata 2022	3,49

(“<https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>,” n.d.)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan adanya penurunan minat pembaca ANTARA sehingga kantor Perum LKBN ANTARA berusaha terus melakukan inovasi bisnis dengan mengupgrade *website* yang dimiliki oleh Perusahaan untuk kebutuhan konsumen atau pengguna yang rutin membaca berita. *Website* yang dimiliki oleh ANTARA saat ini sudah sangat baik dan bagus, tetapi masih banyak pekerjaan rumah yang masih dimiliki oleh Perusahaan agar bisa meningkatkan pembaca dan pengunjung ke *website* tersebut. Dengan adanya *website* yang sudah tersedia, masih menyasar untuk kalangan dewasa dimana usia pengunjung yang ada saat ini yaitu kisaran usia 30 – 50 tahun. (<https://korporat.antaranews.com/>, diakses 15 desember 2023:12.45)

(harus ada kata awalan) harus dirubah Ini yang oleh Perusahaan, bagaimana cara jumlah pengunjung dan pembaca bisa menyasar pada kaum anak muda, generasi *millennial* dan generasi z. Walaupun saat *canel* berita ANTARA bisa diakses dimana saja dan kapan saja, tetapi masih belum menyasar anak-anak muda. Ini yang harus ditingkatkan oleh Perusahaan agar pengunjung bisa lebih banyak yang datang bahkan ada pengunjung tetap. Di *website* media lampung antaranews.com sudah banyak perombakan agar bisa menjaring anak-anak muda dan generasi *millennial* untuk bisa menjadi pembaca tetap media ini, tetapi masih butuh proses yang harus dilakukan oleh Perusahaan.

*Website* yang dibuat memiliki sebuah target dan capaian yang kemudian menjadi bahan evaluasi dari oprasional perusahaan itu sendiri. Capaian atau target perusahaan tersebut tidak terlepas dari sebuah proses-proses yang dilalui untuk bisa mencapai sebuah keberhasilan yang baik di kemudian hari. Target atau capaian Perusahaan kadang tidak dapat dideskripsikan oleh

karyawan karena beberapa faktor seperti belum memahami perkembangan teknologi. Untuk itu diberikan pelatihan khusus dan pengenalan kepada karyawan yang akan menggunakan aplikasi.

Hal ini menandakan butuhnya pengenalan lebih mendalam tentang teknologi dan inovasi, ini juga harus bisa disosialisasikan kepada seluruh karyawan yang ada di masing-masing provinsi, dengan menggunakan metode zoom, seluruh karyawan sudah dapat mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Perusahaan. Keberhasilan Perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh proses yang terjadi di perusahaan tersebut, karena proses pemahanan dan pengertian yang buruk juga akan berdampak pada Perusahaan.

Selain membutuhkan proses, Perusahaan juga harus bisa melakukan rutin sosialisasi kepada Masyarakat dan anak muda, bahwa media ini bukan hanya untuk orang tua saja, tetapi juga bisa ke anak-anak muda. Komunikasi yang harus dilakukan oleh pimpinan Perusahaan untuk bisa meningkatkan pengunjung dan pembaca ini juga rutin digalakan oleh tim internal sendiri. Berbagai cara yang bisa dilakukan yaitu, dengan melakukan share berita-berita yang terkait muda, khususnya generasi *millinial*, berita yang paling diminati oleh anak muda, komunitas, kuliner, tempat wisata, dan hal-hal yang unik serta menarik. karena generasi milinial sekarang lebih kreatif dan menyukai berita yang lebih modern ,

saat ini dampak modernisasi pada remaja sudah sangat mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Tampak ada perbedaan nilai pada remaja generasi sebelumnya. Perbedaan tersebut nampak dari kecenderungan prilaku pada remaja jaman sekarang yang dihadapkan pada gaya hidup yang hedonisdan mengutamakan kesenangan semata sebagai tujuan hidup.

Dalam rangka menguatkan pengembangan fungsi dan proses aplikasi sesuaidengan perubahan fenomena social seperti adanya perbedaan prilaku Masyarakat akibat perbedaan generasi. Maka salah satu cara dengan cara *R&D* (Pengembangan): Investasi bertujuan untuk menghasilkan produk atau layanan yang inovatif, serta meningkatkan layanan. yang sudah ada. Ini termasuk melakukan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan pelanggan dan tren terkini. Adopsi Teknologi Terbaru, Mengimplementasikan teknologi terbaru, seperti kecerdasan buatan, analitik data besar, dan otomatisasi, dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pembaca aplikasi.

Pada aspek pemasaran dan Distribusi, Perum LKBN ANTARA menggunakan strategi pemasaran digital yang inovatif dan saluran distribusi yang berbeda untuk menjangkau dan terlibat dengan para pembaca dan pengunjung website Perum LKBN ANTARA,

analisis Data dan Pengambilan Keputusan, dengan memanfaatkan big data yang tersedia. Dengan memanfaatkan Big data, Perum LKBN ANTARA bisa memberikan perbandingan kepada para pembaca dan pengunjung.

**Tabel 2.2** **Perbandingan**  
**Tingkat peringkat dunia dan Indonesia ANTARA dengan Media lainnya di Indonesia**

Global rank		Country rank		Industry rank	
Nov 2023 Worldwide		Nov 2023 Indonesia		In News and Media	
Domain	Rank	Domain	Rank	Domain	Rank
antaranews.com	#8,988	antaranews.com	#324	antaranews.com	#1,018
republika.co.id	#4,124	republika.co.id	#143	republika.co.id	#546
viva.co.id	#2,041	viva.co.id	#76	viva.co.id	#296
tempo.co	#3,811	tempo.co	#135	tempo.co	#512
kompas.com	#311	kompas.com	#13	kompas.com	#41

[https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/\\*/999/1m?webSource=Total&key=antaranews.com,republika.co.id,viva.co.id,tempo.co,kompas.com](https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/1m?webSource=Total&key=antaranews.com,republika.co.id,viva.co.id,tempo.co,kompas.com)

Perum LKBN ANTARA adalah sebuah lembaga kantor berita yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Didirikan pada 13 Desember 1937, ANTARA merupakan kantor berita pertama di Indonesia dan satu-satunya lembaga yang memiliki status sebagai Perusahaan Umum (Perum) dalam bidang media. (<https://www.antaranews.com/> diakses 25 desember 2023,13.00), yang paling menonjol di Perusahaan ini adalah sebuah kantor berita milik pemerintah yang selalu menyiarkan berita-berita Pembangunan yang ada di seluru Indonesia dari sabang sampai marouke. Keberadaan *website* yang ada saat ini dinilai masih butuh banyak perubahan dimana agar mangsa pasar seperti anak muda khususnya generasi millennial dan generasi z

bisa menikmati berita-berita yang disiarkan. Dengan perubahan satu persatu, bisa membuat bisnis yang ada diperusahaan semakin berkembang.

Seluruh karyawan Perum LKBN ANTARA tersebut diupayakan dalam mencapai visi misi Perusahaan yang berusaha menjadi media yang terbaik di Indonesia dan terkemuka di dunia. Beban berat tersebut menjadi stimulus bagi kinerja karyawan yang ada di Perum LKBN ANTARA.

Kondisi persaingan antara Perusahaan media ANTARA dengan media lainnya, di Indonesia cukup baik, Dimana bila dilihat dari 5 media (ANTARA, Republika, Viva, Tempo dan Kompas). Bila kita lihat dari peringkat di Indonesia media ANTARA berada di peringkat 324 sedangkan media lainnya Republika.com 143, Viva.com 76, Tempo 135 dan Kompas 13. Bila dilihat dari keterangan tersebut, bahwa persaingan media di Indonesia sangat ketat. (lihat table 1.2)

Berdasarkan uraian, penulis mencoba meneliti tentang tentan bagaimana proses penggunaan inovasi bisnis yang ada diperusahaan, dimana saat ini Perusahaan masih menysasar para pembaca dewasa, sedangkan saat ini bagaimana Perusahaan bisa masuk ke anak muda, agar jumlah pengunjung dan pembaca tetap bisa terus menikmati berita-beirta yang dihasilkan, dengan urain ini penulis akan meneliti tentang **INOVASI BISNIS DAN KOMPETISI DALAM UPAYA MENJAMIN KEBERLANJUTAN BISNIS DI KANTOR PERUM LKBN ANTARA**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat rumusan masalahdalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Inovasi dan Kompetisi dapat menjamin keberlanjutan bisnis di kantor Perum LKBN ANTARA Bandar Lampung?
2. Sejauhmana inovasi dan kompetisi dapat menjamin keberlanjutan bisnis di kantor Perum LKBN ANTARA Bandar Lampung?

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar tujuan penelitian dapat tercapai, maka penulis membuat ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Ruang Lingkup Subjek

Ruang Lingkup subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Perum LKBN ANTARA.

2. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah masyarakat Indonesia.

3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup Tempat dalam penelitian ini adalah Kantor Perum LKBN ANTARA jln. Abdi Negara No.2 Gulak Galik Kec. Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan untuk melaksanakan penelitian ini adalah pada Oktober 2023 sampai selesai.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengidentifikasi Inovasi di kantor Perum LKBN ANTARA Bandar Lampung.
2. Untuk Kompetisi di kantor Perum LKBN ANTARA Bandar Lampung.
3. Untuk Menjelaskan dampak Inovasi di kantor Perum LKBN ANTARA Bandar Lampung.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan serta menjadi bahan *referensi* bagi penelitian selanjutnya yang di implementasikan untuk mengetahui pengaruh Inovasi dalam meningkatkan pembaca dan meningkatkan keberlangsungan bisnis Perum LKBN ANTARA.

2. Bagi Perum LKBN ANTARA

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam mengetahui berapa besar pengaruh mengetahui pengaruh Inovasi dalam meningkatkan pembaca dan meningkatkan keberlangsungan bisnis Perum LKBN ANTARA.

3. Bagi Perguruan Tinggi IIB Darmajaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan serta menjadi bahas *referensi* bagi penelitian dibidang yang sama yang akan datang.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB I ini tercantum antara lain latar belakang, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada Bab II ini menjelaskan landasan teori yang berisikan tentang masalah yang teliti.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab III Menguraikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variable penelitian, metode analisis data serta pengujian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab IV ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Pada Bab V ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**