

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan (Suryadi, 2018 : 5). Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya yang secara teknis harus dilakukan. Strategi komunikasi adalah perencanaan penyampaian informasi yang berfokus pada proses penyebarluasan informasi.

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, koperasi hingga saat ini masih terus berkembang dan menjadi andalan masyarakat untuk memutar roda perekonomian. Berdasarkan *Undang-Undang No. 10 Tahun 2016 tentang Pendataan Koperasi* bahwa untuk meningkatkan kualitas koperasi sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi nasional melalui pemanfaatan berbagai peluang usaha yang berkembang, perlu dilakukan pendataan yang akurat, terkini dan data yang mudah diakses untuk pihak yang berkepentingan. Sub Koordinator Kelembagaan Koperasi Kota Semarang menyatakan, selama ini pendataan koperasi masih dilakukan secara konvensional dengan mengirimkan *hardfile* pelaporan atau pembaharuan data masing-masing pelaku koperasi kepada Dinas Koperasi Kota Semarang selama tiga bulan sekali.

Seiring berjalannya waktu, terjadi banyak perubahan pada kehidupan manusia. Salah satunya adalah pola kegiatan manusia dari konvensional ke arah yang lebih *modern*, melalui pemanfaatan teknologi digital. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Teten Masduki menekankan penting dilakukan digitalisasi, terutama pada koperasi. Hal ini dilakukan agar sejalan dengan tantangan era Revolusi Industri 4.0 yang menuntut seluruh kegiatan ekonomi berubah dari konvensional menjadi lebih *modern*. Digitalisasi merupakan keharusan yang mendorong koperasi untuk mampu bertahan dan berkontribusi terhadap ekonomi nasional Indonesia.

Dinas Koperasi Kota Semarang menyatakan tantangan baru koperasi tidak hanya sekedar dari cara berbisnis di era digital, melainkan juga dalam mengubah sistem tata kelola data dari konvensional menjadi digital (transformasi dari *offline* ke *online*). Di era digital semua akan terhubung secara real time melalui internet, termasuk dalam pelaporan atau pembaharuan data koperasi. Semua data akan terangkum didalam sistem dan bisa dengan cepat diproses. Data digital bukan hanya sekedar lembaran berupa tumpukan kertas dan hanya petugas koperasi yang dapat mengaksesnya. Digitalisasi dalam hal ini adalah membangun database yang mampu terkoneksi dan dapat dengan mudah di akses oleh pelaku koperasi.

Upaya digitalisasi koperasi pada jenis pelaporan dan pembaharuan data yang dilakukan Dinas Koperasi Kota Semarang, yaitu dengan memfasilitasi web SIMDAKOP (Sistem Informasi Data Koperasi) yang dipergunakan untuk

mengupdate data secara mandiri. Kemudian Dinas Koperasi Kota Semarang mengadakan Sosialisasi *Update* Data Mandiri Sistem Informasi Data Koperasi melalui SIMDAKOP kepada para pelaku koperasi di Kota Semarang. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi bertujuan untuk mencapai efektifitas komunikasi dalam penyampaian informasi. Sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai (Cangara, 2022 : 43).

Sosialisasi yang dilakukan memiliki tujuan agar pelaku koperasi dapat menerapkan secara mandiri update data perkoperasiannya melalui web SIMDAKOP. Pelaksanaan Sosialisasi *Update* Data Mandiri Sistem Informasi Data Koperasi dilaksanakan pada tanggal 16, 22, 23 Februari dan 23 serta Maret 2022 bertempat di Hotel Mahima Semarang. Perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Koperasi Kota Semarang dalam sosialisasi bertujuan untuk membantu tercapainya tujuan komunikasi yaitu pemahaman pelaku koperasi mengenai penerapan update data mandiri melalui SIMDAKOP. Perencanaan strategi yang dilakukan juga dapat mengurangi potensi hambatan komunikasi, sehingga dapat memperkecil peluang kegagalan dalam penyampaian informasi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana implementasi Dinas Koperasi Kota Semarang dalam mensosialisasikan ke pelaku koperasi mengenai web baru SIMDAKOP dan bagaimana penerapan untuk *update* data mandiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi strategi komunikasi Dinas Koperasi Kota Semarang dalam melakukan sosialisasi digitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui penerapan strategi komunikasi Dinas Koperasi Kota Semarang dalam melakukan sosialisasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Teoritis

Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir penulis melalui penulisan ilmiah, serta menerapkan teori-teori yang selama ini didapat selama masa perkuliahan.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan strategi komunikasi terhadap masalah yang dihadapi.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai sumber referensi, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal atau skripsi terkait dengan penelitian yang sedang dilaksanakan penulis:

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Penulis 1	Penulis 2	Penulis 3
Penulis	Dimas Dzakwan Putro Widagdo	Alifa Wima Rahmانيar dan Martha Tri Lestari	Rizal Fahmi, Mazdalifah, dan Syafruddin Pohan
Judul	Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah	Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika	Strategi Komunikasi Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Digitalisasi Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil
Jurnal/ Skripsi	Jurnal	Jurnal	Jurnal

Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Persamaan	Bertujuan mengetahui dan menganalisis upaya digitalisasi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.	Mengangkat strategi komunikasi terkait dengan fenomena, bagaimana program Digital disosialisasikan ke masyarakat	Komunikator yang dipilih untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran memiliki kredibilitas, pesan sudah dirancang sedemikian rupa, saluran yang digunakan adalah saluran personal secara tatap muka.
Perbedaan	Fokus penelitian mengenai Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Semarang.	Fokus penelitian pada Program Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika	Fokus penelitian tidak hanya pada strategi komunikasi yang dilakukan, melainkan ada unsur manajemen komunikasi dan <i>new</i> media dalam digitalisasi pelayanan kenaikan pangkat pegawai negeri sipil.

Sumber: Olahan Penulis