

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Implementasi *Public Relations* merupakan seluruh pelaksanaan dan peran humas yang terdapat didalam sebuah instansi Pemerintah yang sudah terencana dan terorganisir dengan tujuan menciptakan dan memelihara sebuah pengertian dan kepercayaan antara perusahaan dan khalayak umum, begitupun pada implementasi E-PR merupakan seluruh pelaksanaan atau penerapan *Electronic Public Relations* dalam kinerja *Public Relations* disuatu instansi Pemerintah. Tujuan tersebut dapat diaplikasikan dalam kaitanya dengan keterbukaan informasi yang sudah dicanangkan pemerintah dengan adanya Peraturan Pemerintah yang mengatur adanya keterbukaan informasi bagi instansi Pemerintah.

*Elektorinc Public Relations* ( E-PR) atau yang sering disebut juga *cyber PR* saat ini sedang mejadi sebuah kegiatan yang *Tren* di kalangan PRO. Kegiatan ini di tujukan sebagai sarana penyebaran informasi melalui internet yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* di setiap instansi Pemerintah. Istilah *Cyber Public Relations* diartikan sebagai inisiatif seorang PRO untuk menggunakn media internet sebagai sarana publikasinya.

Siswa (*Journal of Penggunaan Youtube Sebagai Electronic Public Relation Untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara, Volume 5 , No 2 Tahun 2015* ) menyatakan istilah *Cyber Public Relations* saat ini disebut juga dengan istilah *Electronic Public Relations* ( E-PR) huruf E pada istilah E-PR

mengacu pada media elektronik internet, yang mana kegiatan E-PR ini difokuskan oleh seorang PRO untuk memanfaatkan media internet untuk penyebaran informasi kepada khalayak umum. Huruf P pada E-PR disini adalah *Public* yang pada dasarnya mengacu pada khalayak umum dan bukan hanya sekedar publik namun di dalam khalayak umum tersebut terdapat pasar konsumen atau *public audience* baik itu pembaca, penonton, pendengar yang bersifat heterogen dan keberadaannya tersebar luas dengan jumlah yang banyak, kemudian huruf R pada E-PR menunjukan arti *relations* atau hubungan yang harus diperhatikan baik itu dari publik internal maupun eksternal instansi Pemerintah.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat menjalankan kegiatan E-PR melalui *website* Pemerintah provinsi Jawa Barat yang di kelola langsung oleh Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa Barat bagian Publikasi dan Dokumentasi. Biro Humas dan Protokol mempunyai tugas pokok menyelenggarakan perumusan kebijakan umum, pengkoordinasian administratif terhadap pelaksanaan tugas Perangkat Daerah serta pelayanan administratif bidang humas dan protokol, meliputi pelayanan media dan informasi, publikasi, peliputan dan dokumentasi serta keprotokolan yang menjadi kewenangan Provinsi, menyelenggarakan tugas dekonsentrasi serta melaksanakan tugas pembantuan sesuai bidang tugasnya berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Sebuah lembaga baik itu lembaga independen atau lembaga Pemerintah di Indonesia saat ini telah mengerti dan menyadari pentingnya implementasi E-PR untuk membantu penyebaran informasi kepada khalayak yang membutuhkan, seperti yang telah dilaksanakan oleh Pemerintahan Provinsi Jawa Barat, dalam upaya

penerapan E-PR pada *Website* dan sosial media adalah hal yang sedang gencar dilakukan.

Data hasil pra observasi yang peneliti dapatkan melalui teknik pra wawancara dengan beberapa mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan *interenship* di Pemerintah provinsi Jawa Barat salah satunya adalah ipa faidah (21) yang merupakan salah satu mahasiswa dari Universitas Garut yang telah melaksanakan kegiatan *interenship* selama 1 bulan pada periode Juli 2017, berikut kutipannya :

“ Pemprov sekarang udah maju, mereka bener bener merhatiin konten, isi, berita, di *website* mereka, coba aja liat sama *website* Pemerintah yang lain jauh beda banget. Udah mah Pemerintah Provinsi sekarang udah banyak dapet penghargaan tentang *website kan* “ ( hasil pra wawancara pada 10 November 2017 ).

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa adanya kesadaran pihak Pemerintah Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu lembaga Pemerintah yang menaungi Dinas di Jawa Baratserta memiliki tujuan untuk mengayomi masyarakat atas tanggung jawabnya mengenai keterbukaan informasi.

Penelitian kali ini difokuskan kepada Implementasi E-PR melalui *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Membahas mengenai *Webiste* Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang dikelola oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat bagian Publikasi Peliputan dan Dokumentasi, peneliti melihat adanya ketertarikan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai konten yang tergolong dapat memudahkan masyarakat Jawa Barat untuk dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Peneliti malaksanakan kegiatan pra penelitian melalui analisis berita

penghargaan kepada Pemprov Jabar divisi Humas dan keprotokolan tahun 2016 sampai dengan 2017.

Tahun 2016 Pemerintah Provinsi Jawa Barat telah berhasil meraih penghargaan dengan kategori pengelolaan media sosial terbaik dalam ajang Kominfo Award 2016:

“BANDUNG – Upaya Humas Jabar memberikan informasi mengenai kinerja dan program Pemprov Jabar kepada masyarakat melalui media sosial berbuah penghargaan di ajang Kominfo Awards 2016 yang digelar oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Jabar di Krakatau Convention Hall Hotel Horison Bandung, Rabu (7/12/16). Biro Humas, Protokol dan Umum Setda Jabar dinobatkan menjadi pengelola media sosial terbaik untuk kategori Bidang Website OPD Pemprov Jabar.[http://simpatik.m.kotabogor.go.id/index.php/show\\_post/detail/5590/media-sosial-humas-jabar-raih-kominfo-awards-2016#.WkplR9-WbDe](http://simpatik.m.kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/5590/media-sosial-humas-jabar-raih-kominfo-awards-2016#.WkplR9-WbDe)

Dewasa ini pengelolaan *website* pada lembaga Pemerintah adalah suatu kewajiban sebagai tanggung jawab pemerintah mengenai keterbukaan informasi yang telah di catat melalui peraturan pemerintah No 61 tahun 2010 mengenai keterbukaan informasi, menurut Wiratmo Budiastuti, irfan & Kuantu (Jurnal *Website* pemerintah daerah sebagai sarana *Online Public Relations*, Volume3 No 2 halaman 327, Januari 2017) menyatakan bahwa Peraturan pemerintah No 61 Tahun 2010 ini berisikan mengenai keterbukaan informasi hak dan tanggung jawab serta kewajiban masyarakat dan Penyelenggara negara secara berimbang. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat memperoleh perlindungan hukum dalam menggunakan haknya untuk memperoleh dan menyampaikan informasi tentang Penyelenggara Negara.

Peraturan pemerintah ditujukan untuk terciptanya *Good Governance*, *Good Governance* ini terbagi menjadi tiga pilar utama yang mendukung kemampuan suatu bangsa dalam melaksanakan *Good Governance*, yakni: Negara/ Pemerintah (*the state*), masyarakat adab, masyarakat madani, masyarakat sipil (*civil society*), dan pasar atau dunia usaha. Keberadaan Undang-Undang No. 16 Tahun 2010 tentang Keterbukaan Informasi Publik memberikan pencerahan dalam pelaksanaan penyelenggaraan Negara atau Pemerintah.

Pelaksanaan keterbukaan informasi publik dalam penyelenggaraan negara atau Pemerintah merupakan perwujudan tata Pemerintah yang baik (*Good Governance*), dan jaminan kepastian hukum terhadap hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta untuk turut serta dalam mengontrol penyelenggaraan negara atau Pemerintah.

Setiawan, Dadang & Jimi dalam jurnal Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik (Analisis Kritis Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Pemerintahan Kota Bandung kepada Warga Kota), Volume 1 No.2 Tahun 2013 menyatakan bahwa pada dasarnya Prinsip-prinsip *good governance* tidak akan terwujud tanpa kepedulian pemerintah daerah untuk menyadari bahwa selama ini pemerintah memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi penyelenggaraan pemerintah daerah kepada warga masyarakatnya, UU Keterbukaan Informasi Publik telah dibuat pemerintah dan pemerintah daerah telah membuat perangkat peraturan pemerintah daerah tentang keterbukaan informasi publik.

Upaya pemerintah atas peraturan pemerintah no 16 tahun 2010 mengenai keterbukaan informasi ini di dukung oleh salah satu kepala bagian umum Pemprov Jabar Bapak Gunung (40) yang memberikan pendapat pada saat peneliti melaksanakan kegiatan pra observasi pada tanggal 29 November 2017 menyatakan:

“ benar de, kitakan sebagai instansi Pemerintah sedang mencoba untuk mengimplementasikan peraturan pemerntahan tentang keterbukaan informasi itu, makanya kenapa bagian humas bener bener mengelola *website* dengan baik. Ada tim kreativ yang bantu juga di humas itu khusus mengelola konten. Makanya *website* pemprov jadi bagus. “

Melalui *Website* inilah Pemerintah Provinsi Jawa Barat dapat berinteraksi dengan khalayak begitupun bagi khalayak yang membutuhkan informasi mengenai Pemerintah Provinsi Jawa Barat, semakin canggih teknologi di era milenial ini menjadikan dunia PR berada pada dunia kemudahan, karena teknologi internet ini dapat dengan mudah mencapai sasarannya secara langsung, tanpa adanya intervensi dari berbagai pihak dan dapat meminimalisir adanya kesalahan penyebaran berita yang sudah mengancam negara ini.

Salah satu upaya untuk memberantas berita kesalahan penyebaran berita atau isu–isu yang sedang beredar di negara ini, oleh karena itu Pemerintah Provinsi Jawa Barat memperkuat penyebaran berita melalui *Website* resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan upaya ini Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengharapkan masyarakat Jawa Barat dapat menjadi pintar untuk pemilihan sebuah berita dengan selalu melihat kepada *Website* resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk mendapatkan informasi mengenai Jawa Barat.

*Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat pada umumnya membahas mengenai berita seputar Jawa Barat diantaranya adalah terdiri dari berita utama dan

beita umum yang membahas mengenai berita-berita ter-populer, kemudian selain itu terdapat kolom berita OPD ( Organisasi Perangkat Daerah ), berita mengenai daerah – daerah di Jawa Barat, artikel umum seputar daerah Jawa Barat, beserta berita Foto yang didalamnya terdapat kumpulan-kumpulan foto-foto kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat seperti penerimaan *Award*, kegiatan CSR, pembangunan di Jawa Barat atau bahkan kegiatan survei atau kunjungan yang dilaksanakan oleh Gubernur atau Wakil Gubernur Jawa Barat.

Layanan yang disediakan oleh *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat sendiri terdiri dari *Link* tautan berupa *Live Streaming*, pengelolaan keuangan daerah, siklus barang daerah, sasaran kinerja pegawai, *E-Office*, *Sakip Online*, E – Samsat, Produk Hukum, Informasi Harga Pangan, Tata cara permohonan informasi, satu data pembangunan Jawa Barat, infografis Jawa Barat, Agenda Gubernur dan Wagub, Government Public Relations, *Saber Pungli*, *Lapor !*, Perizinan, Aduan konten.

Humas Jawa Barat telah bertransformasi menjadi sebuah organisasi yang modern yang mengutamakan komunikasi dua arah dan Humas Jawa Barat berhasil mengoptimalkan fungsi strategisnya dalam roda Pemerintah, berdasarkan pra penelitian yang dikutip pada halaman *website* [www.kemendagri.go.id](http://www.kemendagri.go.id) Kemendagri telah memberikan penghargaan baru pada tahun 2017 dengan kategori lima inovasi Jawa Barat yang diunggulkan pada *Innovative Government Award 2017* yang dilaksanakan oleh kemendagri pada tahun 2017 :

“Pertama, pada Kategori Inovasi Tata Kelola Pemerintah, Aplikasi *si-Dadali* (Sistem Informasi Data Pengendalian), menjadi sebuah inovasi yang diterapkan dalam pengendalian pelaksanaan pembangunan di Pemerintah Provinsi Jawa Barat berbasis sistem informasi. Kemudian, pada kategori Inovasi Pelayanan Publik, Gubernur menawarkan program *e-samsat* (Sistem Manunggal Satu Atap Elektronik), merupakan layanan registrasi dan

identifikasi kendaraan bermotor secara elektronik, pembayaran PKB, SWDKLLJ, dan PNPB yang bisa dilakukan di seluruh ATM Bank BJB, Bank BCA, Bank BRI, Bank BNI, Bank CIMB Niaga, dan Bank Permata. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) telah memfasilitasi pemanfaatan aplikasi e-samsat Jabar sebagai rujukan bagi 17 Provinsi di Indonesia. Ke 17 Provinsi yang menandatangani MOU pada tanggal 25 November 2016 dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang difasilitasi KPK RI untuk mereplikasi aplikasi e-Samsat Jabar diantaranya; Bengkulu, Lampung, Riau, Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Banten, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur, Maluku Utara, Papua, dan Papua Barat. Masih pada Kategori Pelayanan Publik, terdapat pula SIMPATIK Jabar, atau sistem informasi pelayanan perizinan untuk publik, adalah aplikasi pengelolaan pelayanan perizinan secara elektronik berbasis website yang dikembangkan secara mandiri oleh pegawai ASN internal Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa Barat. <http://www.kemendagri.go.id/news/2017/10/27/lima-inovasi-jabar-diunggulkan-pada-innovative-government-award-2017>“

Konten yang disajikan oleh *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat ini diperkirakan sangat memberikan kemudahan bagi warga untuk tetap dapat mengakses apapun yang khalayak ingin ketahui mengenai Jawa Barat, bukan hanya bagi masyarakat di Jawa Barat saja, melainkan di seluruh Indonesia yang memiliki ketertarikan mengenai Jawa Barat. Informasi tersebut dapat diakses melalui *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat di [www.Jabarprov.go.id](http://www.Jabarprov.go.id).

Kelebihan yang terdapat pada *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat selain memiliki konten yang unggul dan berbeda dengan *Website* lembaga Pemerintah pada umumnya, dalam penyajian artikel dan dokumen sangat memudahkan masyarakat untuk melihat dokumen di bulan sebelumnya dengan mengakses “arsip dokumen”. Hasil observasi prapenelitian pada artikel di halaman [www.simple-paper-chace.blogspot.id](http://www.simple-paper-chace.blogspot.id) menjelaskan bahwa setelah peneliti melakukan observasi kepada *Website* Pemerintah yang terdiri dari Pemerintah



Provinsi Jawa Barat, Pemkab Bogor, Pemkab Garut dinyatakan bahwasanya Pemerintah Provinsi Jawa Barat mendapatkan nilai tertinggi pada kelengkapan berita dan informasi, desain, penyediaan hubungan dan konten tambahan. Oleh karena itu pemerintah provinsi Jawa Barat pada tahun 2017 kembali mendapat empat penghargaan barudi ajang Public Relations Indonesia Awards ( IPRA ) 2017 yang dilaksanakan di Hotel Harris Sunset Road, Kota Bali seperti yang telah dilansir pada *Website* [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com) menyatakan bahwa :

**Merdeka.com** - Humas Pemprov Jabar berhasil menyabet empat penghargaan sekaligus di ajang Public Relations Indonesia Award (PRIA) 2017. Empat kategori yang diberikan di Hotel Harris Sunset Road, Kuta Bali, pada Jumat (24/3) itu, yakni media relations, new media (media sosial), website internal dan departemen public relations. Penghargaan itu diberikan bagi para humas yang memang mampu mewujudkan credibility & trust suatu korporasi, lembaga atau organisasi. Karya-karya yang dikirimkan ke ajang The 2nd PR Indonesia Awards ini merupakan karya atau pencapaian PR harus mengandung ide inovatif dan memberi kontribusi langsung bagi terciptanya kepercayaan dan kredibilitas.  
<https://www.merdeka.com/peristiwa/humas-jabar-gaet-empat-penghargaan-di-pria-2017.html>

Berdasarkan berita diatas, diperkirakan kinerja Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa Barat semakin baik, dengan adanya peningkatan pendapatan prestasi selama satu tahun terhitung mulai tahun 2016 sampai dengan tahun 2017, tentu hal ini bukan hal yang mudah, perlu adanya strategi perencanaan, penerapan dan evaluasi pada implementasi E-PR sehingga pengelolaan *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat dapat terus berkembang dan menjadi sarana informasi kepada masyarakat di Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif pendekatan kualitatif . Analisis Deskriptif yang digambarkan pada konteks penelitian diatas

mendasari keinginan peneliti untuk menggali dan mendeskripsikan mengenai Implementasi E-PR dalam pengelolaan *Website* Pemprov Jabar, selain itu peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui strategi dalam penerapan E-PR pada *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan tidak mengurangi dan merubah data yang ada dengan peneliti sebagai instrumen utama penelitian, data dan informasi yang diperoleh dari narasumber dan didukung dokumen sesuai penelitian lapangan.

### **1.2 Fokus dan Petanyaan Penelitian**

Dari konteks penelitian tersebut dapat disimpulkan perumusan masalah penelitian ini adalah: **“Implementasi Electronic Public Relation (E-PR) Melalui Website Pemerintahan Provinsi Jawa Barat ( Analisis Deskriptif pada [www.Jawabaratprov.go.id](http://www.Jawabaratprov.go.id) ) “**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa barat dalam pengelolaan *webisite* pemerintah provinsi jawa barat.
2. Bagaimana proses penerapan implementasi E- PR yang digunakan pada pengelolaan *Website* Pemerintah Jawa Barat ?
3. Bagaimana Proses pengelolaan Konten pada *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat ?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi kasus dalam meneliti Implementasi E-PR pada *Website* pemprov jabar. Tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui kebijakan mengenai Implementasi E-PR pada *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui proses Implementasi E-PR pada *webiste* Pemprov Jabar
3. Untuk mengetahui proses pengelolaan konten pada *website* Pemprov Jabar

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini peneliti harapkan dapat memberikan informasi yang aktual, faktual dan terpercaya bagi perkembangan Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat yang didasarkan pada studi kasus dan dapat membantu mendeskripsikan serta memberikan gambaran mengenai Implementasi E-PR pada *Website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu metode pengembangan teknologi di era globalisasi ini. Penelitian ini di harapkan dapat memperkaya studi – studi tentang E- PR di dunia Public Relations yang berlandaskan studi kasudengan pendekatan kualitatif.

#### **A. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan**

Memberikan kontribusi, pengertian beserta pemahaman kepada institusi pendidikan asal peneliti yaitu UIN Sunan Gunung Djati Bandung, agar kelak mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dengan mudah mencari referensi mengenai Implementasi E-PR yang difokuskan pada *Website* Pemerintah

Provinsi Jawa Barat dengan mengetahui kegunaan, strategi, penerapan, pengorganisasian, pada kegiatan Implementasi E-PR studi kasus pada *Website* Pemprov Jabar.

## **B. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa**

Mahasiswa diharapkan dapat menerapkan dan memahami Implementasi E-PR khususnya pada *website* terutama pada lembaga Pemerintah.

## **C. Kegunaan Penelitian bagi Peneliti**

Peneliti mendapatkan banyak pengetahuan baru mengenai E-PR dan implementasinya pada *website* Pemerintah provinsi Jawa Barat sehingga peneliti dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan teori yang telah disesuaikan pada penelitian ini dan paktek penerapan tentang Implementasi E-PR pada *website* pemprov jabar.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **A. Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga**

Penerapan konsep pada Implementasi E-PR di lembaga Pemerintah ini melalui *website* Pemerintah provinsi Jawa Barat ini dapat memberika pemahaman dan kesadaran akan betapa pentingnya keterbukaan infomasi di era globalisasi ini sebagai salai satu hak masyarakat yang harus dipenuhi yang telah dicantumkan pada peraturan pemerintah No 61 Tahun 2010 mengenai keterbukaan infromasi.

#### **B. Kegunaan Penelitian Bagi Karyawan dan Pimpinan**

Aplikasi yang diterapkan mengenai keterbukaan informasi dapat memicu karyawan dan pemimpin untuk kerja lebih baik, karna dengan adanya keterbukaan informasi ini sepertinya akan sulit untuk menutupi suatu hal yang buruk si suatu

lembaga pemerintah tersebut, dengan media internal yang baik maka dapat disimpulkan kinerja para karyawan dan pimpinan Pemerintah Provinsi Jawa Barat baik dan dapat memenuhi amanah dan menjalankan visi misinya dengan baik.

### **C. Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas**

Memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai Implementasi E-PR pada *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat dan diharapkan dapat memberikan informasi baru kepada masyarakat mengenai upaya pemerintah provinsi Jawa Barat akan keterbukaan informasi di era globalisasi ini.

## **1.5 Landasan Penelitian**

### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Kesatu, penelitian yang dilakukan oleh Tantri Puspita Yazid, Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Kampus Bina Widya. Penelitian ini berjudul Implementasi *cyber Public Relations* melalui Pengelolaan *website* Provinsi Sumatera barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang didukung oleh data dan informasi yang diperoleh nara sumber dan didukung dokumen sesuai penelitian lapangan dan dengan pendekatan studi kasus dengan *Media Richness Theory* (MRT), tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui bagaimana pemanfaatan website untuk mewujudkan *good governace* oleh pemerintahan provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website* pemerintahan Pemprov Sumbar mangalami kemajuan yang signifikan ketika di kelola oleh Humas, akan tetapi belum dapat dikatakan mampu mewujudkan *good governace* dari segi pelayanan publik karena *website* Pemprov Sumbar masih tergolong kedalam web 1.0. isi dari *website* tersebut masih di dominasi oleh pemerintah.

Perbedaan penelitian Tantri Puspita Yazid terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan, penelitian Tantri Puspita Yazid menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan website untuk mewujudkan *good governance*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan dekskriptif untuk mengetahui implementasi E-PR pada *website* Pemprov Jawa Barat.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Beni Erliansyah jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Riau pada tahun 2017. Penelitian ini berjudul Manajemen Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam mewujudkan *Good Governace* Pemerintahan Kota Payakumbuh. Peneitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode kualitatif. tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana proses perencanaan, implementasi sampai tahap evaluasi program dan kegiatan cyber teknologi hubungan masyarakat yang dilakukan oleh masyarakat kota payakumbuh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses pengelolaan *Cyber Public Relations* memiliki tiga tahapan yaitu, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam pelaksanaan kegiatan *Cyber PR* dinas komunikasi dan informatika melalui bagian humasnya melaksanakan kegiatan *Cyber PR* dengan berfokus kepada pengelolaan informasi, pemilihan media, proses monitoring dan peranan pihak terkait dengan *cyber PR*.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Beni Erliansyah terdapat pada tujuan penelitian, tujuan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan *Cyber Public Relations* dengan memasukan implementasi *Cyber PR* pada unsur – unsur manajemen pengelolaan *cyber PR* selain itu media yang di teliti oleh peneliti ini berfokus pada seluruh media online yang digunakan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Shairley Rizkia Utami mahasiswa fakultas komunikasi Universitas Marcu Buana. Penelitian ini berjudul *Cyber Public Relations* pada pembaharuan *Website*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggambarkan secara detail mengenai gejala atau sebuah fenomena yang ada pada saat peneliti melaksanakan penelitian di lapangan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa PT Mastersystem Infotama dirasa kurang dapat mengembangkan teknologi *Cyber Public Relations* pada *Website* perusahaan tersebut. Kejelasan dan akuratnya sebuah berita dirasa sangat sekali kurang diperhatikan oleh Humas PT Mastersystem Informa.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Shairley Rizkia Utami terdapat pada tujuan yang digunakan, penelitian Shairley Rizkia Utami bertujuan untuk mengetahui metode *Cyber Public Relations* pada pembaharuan website [www.mastersystem.co.id](http://www.mastersystem.co.id) dalam meningkatkan citra perusahaan PT Mastersystem Infotama. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Electronic PR menggunakan media online yang berfokus pada *website*.

Keempat, penelitian dilakukan oleh Evi Nur Oktaviani mahasiswa Universitas Padjajaran. Penelitian ini berjudul Implementasi Akun Media Sosial Instagram @Wiskultasik oleh Komunitas Wisata Kuliner Tasik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis data kualitatif. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of SoMe* (Model SoMe) dari Regina Rutrell. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas penyampaian pesan diawali dengan penggunaan media sosial KWT untuk melengkapi *Tools* media publikasi, aktivitas optimalisasi dilakukan dengan memilih dengan konten yang berkaitan dengan kuliner di Kota Tasikmalaya, selain itu pemanfaatan *hashtag* pada setiap postingan menjadi *keyword*. aktivitas pengelolaan akun instagram @wiskultalk tidak ada *person in charge* untuk mengelolanya, tidak ada regulasi untuk mengatur dan mengontrol pengelolaannya. Kemudian untuk aktivitas *engagement* dilakukan dengan melakukan *searching hashtag* penggunaan internet.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Evi Nur Oktaviani terdapat pada tujuan yang digunakan serta objek penelitian yang digunakan, penelitian Evi Nur



Oktaviani bertujuan untuk mengetahui aktivitas penyampaian pesa, optimalisasi, pengelolaan dan aktivitas *engagement* pada akun media sosial instagram @wiskultalk oleh KWKT, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi E-PR pada pengelolaan *website* pemerintah provinsi Jawa Barat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Adhan Hardiansyah, mahasiswa Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran tahun 2013. Penelitian ini berjudul Pemanfaatan *Website* Saung Angklung *Udjo* sebagai media informasi dan Promosi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif dengan menggunakan teori Medium Teori McLuhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembuatan menjadi enam proses yaitu perencanaan, perancangan, penyusunan, pengujian, promosi, dan pemeliharaan. Cara penentuan isi di bagi menjadi empat tahapan yaitu mencari, mengumpulkan, menyaring, dan mengedit berita. Cara menentukan tampilan pada *website* saung akhlung *Udjo* terbagi menjadi tiga tahapan yaitu menentukan header desain, menentukan menu dan menentukan sidebar. Dan dampak dari pemanfaatan *website* terdapat tiga dampak, yaitu terhadap jumlah pengunjung Saung Angklung *Udjo*, terhadap pendapatan, dan terhadap pengenalan budaya.

Kesimpulan yang di peroleh dari penelitian ini adalah penelitian ini telah mendapatkan beberapa hasil yang dianggap relevan dan akurat. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Adhan Hardiansyah dengan penelitian saat ini adalah jelas terdapat pada tujuan penelitian, penelitian ini membahas mengenai tujuan penggunaan *website* sebagai medai informasi. Sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui tentang implementasi E-PR pada *website* pemerintah provinsi Jawa Barat .

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
<b>Tantri Puspita Yazid Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Kampus Bina Widya</b>	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> melalui pengelolaan <i>Website</i> Provinsi Sumatera Barat	Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>website</i> pemerintahan Pemprov Sumbar mengalami kemajuan yang signifikan ketika di kelola oleh Humas, akan tetapi belum dapat dikatakan mampu mewujudkan <i>good governace</i> dari segi pelayanan publik karena <i>website</i> Pemprov Sumbar masih tergolong kedalam web 1.0. isi dari <i>website</i> tersebut masih di dominasi oleh pemerintah.	Penelitian ini memberikan sumbangsih pemikiran positive bahwa judul yang peneliti ambil layak untuk diteliti mengingat penelitian ini memiliki judul yang sama akan tetapi memiliki metode yang berbeda.	Perbedaan pada Penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kasus dengan <i>Media Richness Theory</i> (MRT).
<b>Beni Erliansyah jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi</b>	Manajemen Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam mewujudkan	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> memiliki tiga tahapan yaitu, perencanaan, pelaksanaan dan	Dalam penelitian terdahulu ini memiliki sumbangsih pemikiran yang positive mengenai <i>Cyber Public Relations</i>	Perbedaan pada penelitian terdahulu ini terdapat pada konsep dan tujuan penelitian, yang dimana penelitian ini memfokuskan

<p><b>dan Ilmu Politik Universitas Riau pada tahun 2017</b></p>	<p><i>Good Governance</i> Pemerintahan Kota Payakumbuh</p>		<p>evaluasi. Dalam pelaksanaan kegiatan <i>Cyber PR</i> dinas komunikasi dan informatika melalui bagian humasnya melaksanakan kegiatan <i>Cyber PR</i> dengan berfokus kepada pengelolaan informasi, pemilihan media, proses monitoring dan peranan pihak terkait dengan <i>cyber PR</i>.</p>		<p>pada pemanfaatan <i>Cyber PR</i> untuk mewujudkan <i>good governance</i></p>
<p><b>Shairley Rizkia Utami mahasiswa fakultas komunikasi Universitas Marcu Buana</b></p>	<p><i>Cyber Public Relations</i> pada pembahasan <i>Website</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa PT Mastersystem Infotama dirasa kurang dapat mengembangkan teknologi <i>Cyber Public Relations</i> pada <i>Website</i> perusahaan tersebut. Kejelasan dan akuratnya sebuah berita dirasa sangat sekali kurang diperhatikan oleh Humas PT Mastersystem Informa.</p>	<p>Dalam penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran <i>positive</i> serta pemahaman baru mengenai <i>website</i> serta pembaharuan <i>website</i></p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dalam hal objek kajian, yang mana penelitian terdahulu ini difokuskan pada pembaharuan <i>website</i>.</p>
<p><b>Evi Nur Oktaviani mahasiswa Universitas Padjajaran</b></p>	<p>Implementasi Akun Media Sosial</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas penyampaian</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran yang</p>	<p>Perbedaan pada penelitian terdahulu ini adalah konsep yang digunakan.</p>

	Instagram @Wiskultasik oleh Komunitas Wisata Kuliner Tasik	dengan jenis data kualitatif. Denan konsep penelitian <i>The Circular Model of SoMe</i> ( Model SoMe ) dari Regina Rutrell	pesan diawali dengan penggunaan media sosial KWT untuk melengkapi <i>Tools</i> media publikasi, kativitas optimalisasi dilakukan dega memilih dengan konten yang berkaitan dengan kuliner di Kota Tasikmalaya, selain itu pemanfaatan <i>hashtag</i> pada pesetiap postingan menjadi <i>keyword</i> . aktivitas pengelolaan akun instagram @wiskultalk tidak ada <i>person in charge</i> untuk mengelolanya, tidak ada regulasi untuk mengatur dan mengontrol pengelolaanya. Kemudian untuk aktivitas <i>engagement</i> dilakukan dengan melakukan <i>searching hashtag</i> penggunaan internet.	positive mengenai implementasi pada Media Baru dengan menggunakan konsep <i>The circular Model ( SoMe )</i>	Pada penelitian terdahulu ini peneliti lebih memfokuskan pada Implementasi Sosial Media yaitu Instagram.
<b>Adhan Hardiansyah , mahasiswa Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu</b>	Pemanfaatan <i>Website</i> Saung Angklu <i>Udjo</i> sebagai	menggunakan metode penelitian studi deskriptif dengan menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembuatan menjadi enam proses yaitu perencanaan,	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran mengenai pemanfaat	perbedaan penelitian terdahulu ini terletak pada konsep yang digunakan objek serta

<p><b>Komunikasi Universitas Padjadjaran tahun 2013.</b></p>	<p>media informasi dan Promosi</p>	<p>an teori Medium Teori McLuhan</p>	<p>perancangan, penyusunan, pengujian, promosi, dan pemeliharaan. Cara penentuan isi di bagi menjadi empat tahapan yaitu mencari, mengumpulkan, menyaring, dan mengedit berita. Cara menentukan tampilan pada <i>website</i> Saung Angklung Udjo terbagi menjadi tiga tahapan yaitu menentukan header desain, menentukan menu dan menentukan sidebar. Dan dampak dari pemanfaatan <i>website</i> terdapat tiga dampak, yaitu terhadap jumlah pengunjung Saung Angklung Udjo, terhadap pendapatan, dan terhadap pengenalan budaya.</p>	<p><i>Website</i> serta teori medium oleh McLuhan yang dapat digunakan sebagai tolaak ukur penelitian pada <i>Website</i></p>	<p>tujuan pada peneliti, pada penelitian terdahulu ini peneliti lenih memfokuskan menggunakan <i>Website</i> sebagai media promosi dan sebagai medai pemberian informasi</p>
--	------------------------------------	--------------------------------------	---	---	--

Sumber Olahan Peneliti

## 1.5.2 Landasan Konseptual

### 1. Public Relations

Secara etimologis *Public Relations* terdiri dari dua kata, yakni “*Public*” yang artinya sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama terhadap sesuatu hal, dan kata “*Relations*” sendiri memiliki artinya hubungan-hubungan. Jika kedua kata tersebut disatukan maka dapat didefinisikan bahwa *Public Relations* adalah hubungan-hubungan antar publik.

Adapun hubungan masyarakat menurut *British Institute of Public Relations* adalah:

1. Praktek hubungan masyarakat adalah upaya sungguh – sungguh terencana, dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dan publiknya.
2. Aktivitas hubungan masyarakat adalah manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya ( Ruslan 1997 : 16 )

Hubungan Masyarakat atau *Public relations* merupakan sebuah profesi yang didalamnya terdapat tugas, fungsi dan peranan yang erat kaitannya dengan kaitan komunikasi. PR harus mampu merancang dan menyusun sebuah informasi dan kemudian dikomunikasikan serta dimengerti publik. Seorang praktisis humas dituntut untuk bisa menciptakan sebuah komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan adanya saling pengertian.

*Public Relations* merupakan seni berkomunikasi untuk menciptakan pengertian publik secara lebih baik dengan publik internal atau publik eksternal didalam sebuah perusahaan atau instansi. Serta *Public Relations* dapat dikatakan sebagai fungsi manajemen untuk membina hubungan baik dan mendapatkan citra positif dari publik terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Dalam buku yang ditulis Nova Firsan, mengatakan bahwa :

“*Public Relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi perusahaan, organisasi, pemerintahan dan lembaga lainnya ataupun seorang profesi. Profesi *Public Relations* bekerja di wilayah public untuk melakukan fungsi komunikasi, hubungan dengan masyarakat, hubungan dengan pelanggan, manajemen krisis, hubungan industry, dan menulis, mediasi, publisitas serta menulis pidato”. (Firsan, 2011 : 20)

Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan globalisasi pada saat ini *Public Relations* sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau organisasi karena *Public Relations* merupakan ujung tombak perusahaan atau organisasi, menyangkut kepentingan umum atau hubungan dengan publik dan segala tindakan yang dilakukan akan berdampak pada citra perusahaan atau organisasi yang ditempatinya.

*Public Relations* memiliki ciri-ciri sebagai sebuah tanda dari kegiatan seorang praktisi *Public Relations*. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya, ciri-ciri seorang *Public Relations* adalah :

1. *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi dalam bentuk organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. *Public Relations* merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.
3. Publik yang menjadi sasaran kegiatan *Public Relations* adalah publik internal dan public eksternal
4. Operasionalisasi *Public Relations* adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan public dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak public. (Effendy, 1993:170)

Dari ciri-ciri *Public Relations* tersebut tidak jauh dari kegiatan *Public Relations* yang dimana sebagai tombak terdepan sebuah perusahaan atau instansi serta dapat membina hubungan baik dengan publik. *Public Relations* memiliki sebuah tujuan yang mesti didapatkan pada saat menjadi praktisi *Public Relations* di sebuah lembaga atau perusahaan. Tujuan dari *Public Relations* secara universal,

yang ditulis oleh Neni Yulianita, dalam bukunya mengatakan “Tujuan dari *Public Relations* didalam sebuah perusahaan atau instansi seraca universal adalah menciptakan citra yang baik, memelihara citra yang baik, meningkatkan citra yang baik, memperbaiki citra jika citra sebuah oragnisasi menurun atau rusak”. (Yulianita, 2007 : 43)

Tujuan tersebut sebagai gambaran besar yang mesti dilakukan *Public Relations* didalam perusahaan atau instansi yang sedang ditempatinya. Setiap hal yang dilakukan sebagai profesi memiliki ruang lingkupnya masing-masing, yang dijadikan sebagai aturan dan arahan untuk menjalankan profesi tersebut dengan baik.

Setiap lembaga maupun perusahaan mempunyai katakter dan tujuan yang berbeda-beda. Sehingga fungsi humas disetiap lembaga pun juga akan berebda mengikuti tujuan dari lembaga tersebut. Meski begitu, hal yang harus disadari akan setiap tujuan dari berbagai lembaga/perusahaan tersebut baik itu komersial, non komersial ataupun pemerintah tetap mempunyai beberapa fungsi *Public Relations* yang sama.

Menurut Cutlip and Center dalam bukunya “*Effective Public Relations*” menemukan pula tiga fungsi *Public Relations* yaitu :

1. *To ascertain and evaluate public opinion as it relates to his organization* (menjamin dan menilai opini publik yang ada dari organisasi).
2. *To counswl executives on way of dealing with public opinion as it exist* (untuk memberikan nasihat/penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini publik yang ada).
3. *To use communication to influence public opinion* (untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik). (Cutlip and Center, 2005 : 242)



Menurut kedua definisi tersebut seorang *Public Relations* harus mampu berkomunikasi dengan baik dan menjalin hubungan yang harmonis, baik dengan publik internal maupun publik eksternal perusahaan/instansi tersebut. Sehingga akan menimbulkan opini positif dari publik mengenai perusahaan atau instansi yang diwakilinya.

## **2. Electronic Public Relations (E-PR)**

Banyak perusahaan dapat melihat bagaimana internet dapat difungsikan melalui pendekatan PR. Melalui penggunaan internet saat ini pekerjaan seorang PRO sudah sangat mudah, oleh karena itu setiap aspek aktivitas *online* suatu perusahaan sebenarnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi hubungannya dengan publik, informasi dan komunikasi harus dapat diupayakan dengan upaya maksimal, melalui media inilah terbentuk suatu tren baru, suatu bentuk PR baru yang di sebut *Cyber Public Relations* ( *Cyber PR* )atau yang sering disebut *Electronic Public Relations* ( *E – PR* ).

Onggo 2004, menyatakan bahwa E – PR adalah inisiatif PR atau *Public Relations* yang kerjanya menggunakan media online seperti internet sebagai salah satu sarana publisitasnya, hal ini sudah tidak dapat dihindari lagi oleh seorang PRO, terutama bagi sebuah instansi yang sudah memiliki situs *website* atau sudah menerapkan *paper less* pada perusahaanya dan menggantinya menggunakan media online. ribuan *one to one relations* dapat dibangun secara simultan melalui media internet karena sifatnya yang interaktif dengan menggunakan internet saat ini instansi dapat langsung memperoleh *feedback* dari pelanggan atau pengunjung media online tersebut, Bob Julius Onggo mendefinisikan E-PR sebagai berikut :

1. E adalah elektronik. “E” di dalam E-PR sama halnya dengan “e” sebelum kata *mail* atau *commerce* yang mengacu pada media elektronik internet. Mengingat popularitas dan multifungsi media internet, media ini dimanfaatkan pula oleh para pelaku PR untuk membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*).
2. P adalah *public*. “*Public*” di sini mengacu bukan hanya pada *public*, namun pasar konsumen. *Public* juga tidak mengacu hanya pada satu jenis pasar konsumen, namun pada berbagai pasar atau *public audiens*. Media internet bisa memudahkan kita untuk menjangkau mereka dengan lebih cepat atau sebaliknya, memudahkan mereka untuk menjangkau kita, mulai dari komunitas mikro atau niche market hingga hipermarket.
3. R adalah relations. “*Relations*” merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis. Itulah kunci kepercayaan pasar agar suatu bisnis berhasil. Menariknya, melalui media internet hubungan yang sifatnya *one-to-one* dapat dibangun dalam waktu yang cepat karena sifat internet yang interaktif. Hal ini berbeda dengan *public* konvensional. Pelaku PR harus menjangkau mereka dengan sifat *one-to-many*. Itulah sebabnya internet merupakan media pembangun hubungan yang paling ampuh dan cepat serta luas hingga saat ini (Onggo, 2004: 1-2).

Pendapat yang dikemukakan di atas memberikan pengertian mengenai makna harfiah dari kata E-PR, dengan kesimpulan E menunjukkan Elektronik kemudian P bukan hanya menunjukkan publik saja melainkan pasar konsumen atau pencakupan yang lebih luas yaitu *public audience* seperti yang kita ketahui bahwasanya *audience* itu adalah suatu kumpulan pembaca, penonton, pendengar yang bersifat heterogen dan keberadaannya tersebar luas dan berjumlah banyak. Kalimat R memiliki arti hubungan yang dikutip dari kalimat *Public Relations* ini memandakan harus adanya ikatan atau hubungan antara pihak internal pemberitahu informasi dengan public eksternal penerima informasi.

Pengaruh teknologi komunikasi terhadap *Public Relations* dapat berbentuk sebagai media *Public Relations* ataupun bentuk baru dari kegiatan *Public Relations*. Menurut Ujang Rusdianto dalam bukunya yang berjudul *Cyber CSR* menyatakan :

“secara sederhana E-PR adalah suatu inisiatif *Publi Relations* menggunakan media internet sebagai media komunikasi. E- PR tersusun oleh beberapa aplikasi internet, seperti *website* resmi, *media player chanel*, dan jejaring sosial. Ketiga aplikasi ini dapat dikolaborasikan untuk dimanfaatkan sebagai media *Public Relations* yang efektif. “

Perbedaan *Public Relations* konvensional dan E-PR adalah hanya media yang digunakan, dan sifat penyebaran informasinya, jika media yang digunakan oleh E-PR cenderung bersifat *one to one* dan untuk PR Konvensional bersifat *One to Many* selain itu untuk PR Konvensional sendiri memiliki publik dan waktu yang terbatas, tidak sepanjang hari. Berbeda dengan E-PR yang memiliki Publik lebih luas.

Onggo 2004 : 7 menyatakan fokus utama E-PR adalah membidik media *online* seperti media berita tradisional yang memiliki status *online* terohor dan publikasi berorientasi pada *website* akan tetapi, jika tidak digabungkan dengan PR *offline* untuk meningkatkan liputan berita, aktivitas E-PR juga dapat dimaksimalkan untuk menggunakan penyampaian elektronik kepada organisasi media lokal, nasional, regional, internasional. Selain itu, fokus E-PR lain adalah agar produk atau bisnis dapat disebut di bagian artikel editorial yang ada di situs web atau *ezone* lain yang terkenal

*Public Relations* modern memerlukan lebih dari sekedar menjalin hubungan baik dengan pelanggan, penetapan promosi yang menarik, dan ketersediaan bagi sasaran, lebih dari itu perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan, dan subyek yang dikomunikasikan harus membuka peluang. Oleh karena itu, maka *Public Relations* perlu menggunakan teknik yang lebih kompleks dan lebih kreatif dengan menggunakan *Public Relations tools* diatas.

#### 4. Implementasi

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna. Menurut Nurdin Usman, implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.

Guntur Setiawan (2004) berpendapat, implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif, dari pengertian-pengertian di atas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada mekanisme suatu sistem.

Kamus besar bahasa Indonesia menyatakan bahwa pelaksanaan atau Implementasi di artikan sebagai sebuah pelaksanaan atau penerapan. Implementasi adalah proses mempraktekan atau menerapkan suatu gagasan, ide, program, atau kumpulan kegiatan yang baru bagi orang-orang yang berusaha atau diharapkan untuk berubah (Majid, 2014 : 6)

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan implementasi adalah suatu kegiatan yang terencana, bukan hanya suatu aktifitas dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma-norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Oleh karena itu, implementasi tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh objek berikutnya yaitu kurikulum. Implementasi kurikulum merupakan proses pelaksanaan ide, program atau aktivitas baru dengan harapan

orang lain dapat menerima dan melakukan perubahan terhadap suatu pembelajaran dan memperoleh hasil yang diharapkan.

## 5. *Website*

Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. Website ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui perkembangan teknologi informasi, tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan yang dikenal dengan istilah internet secara terus-menerus menjadi pesan-pesan elektronik, termasuk e-mail, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer.

*Website* memiliki beberapa fungsi kunci untuk berjalan dan berkembangnya suatu lembaga, selain sebagai media komunikasi lembaga fungsi lain dari *website* adalah sebagai pencitraan bagi suatu lembaga. Sebuah lembaga akan tetap dianggap telah mengikuti perkembangan jaman dan cukup berbonafit jika lembaga tersebut sudah memiliki alamat resmi untuk *website* perusahaan tersebut ( Rusdianto 2014 : 121 ).

Mikal E. Belicove dalam bukunya Ujang Rusdianto menyatakan ada lima alasan mengapa perusahaan atau instansi harus memperhatikan *website* yaitu sebagai berikut :

1. Branding, pegusaa dapat mendesain *website* secara fleksibel dan memberikan pengalaman pada pengunjung, perusahaan juga bisa secara langsung menentukan konten dan menyajikan informasi lengkap mengenai keunggulan instansi tersebut.

2. Instansi dapat mengontrol secara penuh laman resmi tersebut, baik kode, *hosting* , jumlah halaman, konten, *Plug – in* dan sebagainya, selain itu perusahaan juga dapat dengan mudah menghapus konten atau fitur atau membuat sedikitnya penyesuaian tanpa harus melibatkan pihak lain serta memakan waktu dan biaya yang lama dan mahal.
3. Konten atau isi web instansi secara penuh akan mendapatkan perhatian dari pengunjung laman tersebut, tanpa harus bersaing dengan konten atau *page* dari instansi lain. Oleh karena itu web perlu dikemas semenarik mungkin.
4. *Search Engine Optimization* (SEO), dalam hal ini jika instansi menginginkan hasil optimal, maka strategi SEO tidak bisa diabaikan. Usahakan lembaga selalu tampil di halaman pertama, bahkan di nomor urut pertama pada hasil di mesin pencari untuk lembaga sejenis.
5. *Web Analytic*. Sosial media memang menyediakan akses data demografi pengunjung situs web lembaga seberapa sering orang mengunjungi web tersebut. *Web Analytic* bisa menganalisis lebih dalam lagi dan berfungsi sebagai intelegen pada lembaga yang secara *real time* memantau bagaimana kinerja *website* perusahaan.

Pendapat Mika E. Belicove tersebut menunjuka sebuah lembaga tidak harus meninggalkan sosial medai atau medai lainnya, akan tetapi untuk saat ini di era milenial ini instansi atau perusahaan wajib untuk fokus terhadap pengelolaan *website*

Website adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen-dokumen *multimedia* (teks, gambar, suara, animasi, video) didalamnya yang menggunakan

protokol HTTP (*hyper text transfer protocol* ) dan untuk mengaksesnya menggunakan perangkat lunak yang disebut browser. Beberapa jenis browser yang populer saat ini di antaranya : Internet Explorer yang diproduksi oleh *Microsoft*, *Mozilla Firefox*, *Opera* dan *Safari* yang diproduksi oleh *Apple*. Browser (perambah) adalah aplikasi yang mampu menjalankan dokumen-dokumen web dengan cara diterjemahkan. Prosesnya dilakukan oleh komponen yang terdapat didalam aplikasi *browser* yang biasa disebut *web engine*. Semua dokumen web ditampilkan dengan cara diterjemahkan. (M. Rudyanto 2011 : 7)

Setidaknya ada beberapa langkah yang dapat dilakukan lembaga dalam merencanakan pembuatan *website*. pertama, menetapkan tujuan pembuatan *website*. dalam hal ini apakah *website* ditujukan hanya untuk menjadi sarana informasi bagi khalayak yang membutuhkan saja atau ingin menjadi media promosi yang ber-bonafit.

Kedua, menentukan citra apa yang ingin di tampilkan pada *website* tersebut. Ketiga, menentukan apa saja yang akan di tampilkan di halaman *website* tersebut untuk senan tiasa membangun citra positif bagi perusahaan atau lembaga pemerintahan. Keempat, sebagai langkah terakhir lembaga pemerintahan atau sebuah perusahaan dapat merealisasikan pembuatan *website* dengan konsep yang menarik.

Penggunaan website sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari website ini banyak kalangan menggunakannya

sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga.

Bukan hanya itu dengan adanya website banyak orang yang berlomba-lomba untuk dapat mempromosikan dirinya, Hal ini ditandai dengan adanya situs atau website yang memberikan fasilitas untuk dapat berhubungan dengan orang banyak, seperti jejaring sosial *facebook*, *friendster*, *twitter*, *blog*, *myspace*, dan website lainnya.

## **1.6 Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian Menurut Sugiyono (2016:3) dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditentukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan menagntisipasi masalah dalam bidang administrasi maupun manajemen.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, metode deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Sugiyono (2009:35)

Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. (Denzin & Lincoln dalam Creswell, 2014: 58) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan



penelitinya di dunia. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat. Praktik-praktik ini mentransformasikan dunia. Penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Sugiyono (2012:3)

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. (Denzin & Lincoln dalam Creswell, 2014: 58) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan penelitinya di dunia. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat. Praktik-praktik ini mentransformasikan dunia. Sugiyono (2012) menyatakan dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan.

Sugiyono juga menambahkan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu suatu data yang mengandung makna. Makna tersebut merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Itulah mengapa dalam kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi pada makna. Mengacu pada pandangan Patton, Poerwandari dalam Herdiansyah (2012) mengemukakan ciri-ciri penelitian kualitatif, yaitu diantaranya adalah studi dalam situasi ilmiah, analisis induktif, kontak personal langsung penelitian di lapangan, perspektif holistic, perspektif dinamis, orientasi pada kasus unik, netralitas empatik. Fleksibilitas rancangan, penelitian sebagai instrumen dan kunci pada penelitian.

Metode atau jenis studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Rakhmat 2011 bahwa penelitian kualitatif ini tidak mencari tahu atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk, mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan kejadian yang ada langsung di tempat penelitian, membuat perbandingan atau evaluasi hasil data penelitian, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan yang akan datang.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme dalam Salim (2006:71-72) menempatkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atas ilmu pengetahuan. Realitas tersebut merupakan hasil konstruksi manusia yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya. Oleh karena itu, realitas yang dihadapi seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang.

Paradigma konstruktivisme juga bersifat reflektif dan dialektikal, artinya terjadi empati dan interaksi antara peneliti dan subjek yang diteliti untuk merekonstruksikan realitas yang ada. Penelitian pun terjalin melalui observasi dan wawancara, sehingga terjadi interaksi antara peneliti dan narasumber.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti memilih menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif serta penerapan paradigma

konstruktivisme untuk membuat pemaparan, gambaran, faktual dan akurat mengenai sebuah fakta – fakta, sifat – sifat, situasi kondisi atau sebuah fenomena dengan menggunakan kata – kata atau berupa data baik itu tulisan atau lisan dari informan untuk mengetahui Implementasi E-PR pada *website* pemerintah provinsi Jawa Barat, kemudian penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karna peneliti berusaha untuk tidak emamnipulasi data, melainkan melakukan studi dalam situasidimana fenomena tersebut terjadi dan kemudian dilihat dalam konteks alamiah atau apa adanya dan dapat terkonstruksikan secara jelas.

### 1.6.2 Sumber Data dan Jenis Data

Data yang ditulis dalam penelitian ini adalah :

1. Data mengenai kebijakan dalam pengelolaan *website* pemerintah provinisi jawa barat.
2. Data mengenai Proses pengelolaan website melalu pemerintah provinisi jawa barat ada webisite [www.jabarprov.go.id](http://www.jabarprov.go.id)
3. Data mengenai proses penerapan implementasi E-PR pada webiste pemerintah provinisi jawa barat.
4. Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya penelitian tidak akan sempurna tanpa data, dan data dipergunakan dalam suatu penelitian merupakan data yang benar. Secara umum, kegunaan data dalam penelitian yang dilakukan adalah:
5. Untuk mengetahui dan memperoleh gambaran tentang sesuatu keadaan atau permasalahan yang dihadapi oleh peneliti.

6. Sebagai dasar untuk mengambil keputusan atau pemecahan suatu persoalan tertentu yang dihadapi.
7. Sebagai dasar utama untuk penyusunan suatu perencanaan kerja dalam rangka memecahkan masalah.
8. Sebagai alat kontrol dalam pelaksanaan suatu perencanaan, biasanya memerlukan data masa lampau, sekarang dan yang akan datang. Dapat juga berupa ramalan (*forecasting*) dimasa mendatang. Dan ramalan tersebut mengandung unsure ketidakpastian (*uncertainty*). Maka kontrol yang dilaksanakan bertujuan untuk menghilangkan adanya kesalahan dalam pelaksanaan melalui tindakan koreksi.
9. Sebagai dasar untuk evaluasi, baik bersifat kualitatif, maupun kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, sedangkan sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis :

A. Data Primer (*Primary Data*)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, organisasi. Peneliti akan menggunakan sumber data Primer dalam setiap pengambilan data, bahwasanya peneliti akan berusaha mencari sumber data yang asli berasal dari objek penelitian sesuai dengan yang telah dijelaskan di atas.

B. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Memperoleh data dalam bentuk sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Data Sekunder pada penelitian ini

akan digunakan sebagai data penunjang sebagai penguat data pada saat penyajian analisis hasil wawancara yang dilaksanakan oleh penulis kepada objek penelitian.

Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini yaitu Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat serta para staf atau anggota karyawan dan bagian internal Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang dianggap memiliki kepentingan dan terjun langsung baik itu untuk perencanaan, pengelolaan dan penanganan pada *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

### 1.6.3 Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong 2007: 132). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, pemilihan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Purposive sampling termasuk satu dari beberapa jenis pengambilan sampel nonprobabilitas, karena peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian. (Mulyana, 2008:187). Penentuan *informan* dalam penelitian ini ditentukan dengan syarat sebagai berikut :

- a) Informan adalah bagian Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa *informan* merupakan individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan pengelolaan dan perencanaan mengenai *website* Pemprov Jabar.
- b) *Informan* Manajer, karyawan aktif Pemerintah Provinsi Jawa Barat terutama kepada kepala Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa Barat serta kepala bagian Publikasi dan Dokumentasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang

memiliki masa kerja minimal 1 tahun dan mengetahui mengenai proses pengelolaan dan perencanaan *webiste* Pemprov Jabar.

#### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

##### A. Wawancara Mendalam (*Indept Interview*)

Moleong 2007 mendefinisikan *Indept Interview* adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Wawancara ini dimaksudkan untuk memverikasikan, mengubah dan memperluas pemikiran yang dikembangkan peneliti sebagai pengumpulan data. Wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah dikualifikasi, digolongkan, dan diklasifikasikan, pada saat peneliti telah mendapatkan jawaban atas penelitian yang dimaksud, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk di ajukan kepada seluruh informan yang telah di kelompokkan oleh penulis, Dalam pelaksanaan wawancara ini peneliti akan melaksanakan wawancara sekurang kurangnya kepada enam informan yang berada di bagian Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa barat serta publik internal yang ikut serta dalam perencanaan, pengelolaan dan penanganan secara langsung mengenai *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

## B. Observasi Partisipasi Pasif

Sugiyono (2012:227) menggolongkan observasi partisipasi ke dalam empat golongan yaitu, Partisipasi Pasif, Partisipasi Moderat, observasi yang terstruktur dan tersamar, Observasi yang lengkap. Partisipasi Pasif (*Passive Participations*) means in the research is present at the scene of action but does not interact or participate, dapat diartikan observasi partisipasi pasif adalah sebuah observasi kegiatan yang akan diamati akan tetapi peneliti tidak terlibat dalam perencanaan, pengelolaan, penanganan langsung mengenai website Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Peneliti akan melaksanakan kegiatan observasi Partisipasi pasif berupa pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang nyata dan jelas mengenai kegiatan implementasi penerapan E-PR pada website Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Jenis observasi yang dilakukan penulis adalah observasi tidak langsung, dimana peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian.

Metode ini dilakukan oleh peneliti untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan dalam pengelolaan, penanganan dan perencanaan pada website Pemprov Jabar agar data mengenai implementasi E-PR dapat lebih luas untuk didapatkan.

## C. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah salah satu metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian sebuah data-data serta informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui dokumen-dokumen baik tertulis maupun gambar yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Studi Dokumen ini digunakan untuk memperkuat ke

benerana atas penelitian yang telah di laksanakan oleh peneliti. Dalam hal dokumen, Bogdan dalam Sugiyono menyebutkan bahwa :

*“In most tradition of qualitative research, the phrase personal document is used broadly to refer to forst person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and belief.”*( Sugiyono 2018:82 )

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi dokumentasi dengan melihat berbagai literatur dari buku (fisik maupun elektroik), artikel terkait, dan data-data atau informasi terkait serta dianggap perlu untuk memperkaya hasil penelitian yang masih relevan dengan pemahaman peneliti mengenai implementasi E-PR pada *website* Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

#### **1.6.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan pada saat tahap akhir pengumpulan data selesai, kemudian setelah pengumpulan data selesai mulailah peneliti melaksanakan analisis data kemudian jika dirasa data yang didapatkan belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai tahap tertentu dan mendapatkan data yang kredibel.

Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga peneliti mendapatkan data yang kredibel. Aktivitas dalam analisis data kualitatif, diantaranya adalah:



## A. Reduksi Data

Reduksi data adalah upaya analisis data dengan cara merangkum, memilih hal hal pokok dan hanya memfokuskan pada hal – hal penting serta mencari benang merah antara hasil penelitian dengan judul atau teme penelitian yang peneliti ajukan. Keutamaan menggunakan reduksi data adalah peneliti dapat memahamai secara detail dan jelas atas data yang peneliti kumpulkan, hal tersebut akan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutya.

Dalam reduksi data peneliti hanya akan fokus pada data yang akan di ambil untuk disajika dalam penelitian, jika ada data yang asing dan di anggap tidak perlu maka peneliti harus memperhatikan secara detail, karna itu akan menjadi perhatian penelitian dalam mereduksi data, pada penelitian ini peneliti melakukan reduksi data dari hasil wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif dan studi dokumen.

### 1. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya adalah penyajian data atau *data display* . pada penelitian ini penyajian data penyajian data dapat menghubungkan suatu pola sehingga menjadi sebuat data yang dapat di analisis dan memudahkan penulis untuk memahami data, untuk penyajian data ini disebutkan oleh Miles dan Huberman paling sering dilakukan oleh penelitian dengan pendekatan kualitatif dengn ara mengumpulkan hasil teks wawancara yang bersifat naratif.

Penyajian data ini digunakan dengan cara menggabungkan jawaban-jawaban yang telah diperoleh dari pertanyaan yang sama dan dari para informan

yang berbeda, sehingga peneliti dapat melihat data apa yang masih memiliki kekurangan karena informan belum memberikan jawaban sesuai dengan kebutuhan penelitian

#### B. Verifikasi Data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masing belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.

#### **1.6.6 Rencana Jadwal Penelitian Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jl. Diponegoro, No. 22. Kota Bandung, Jawa Barat 40155. Dikarenakan dirasa dapat memenuhi syarat pelaksanaan penelitian mengenai Implementasi E-PR melalui *webiste* Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1.2 Jadwal Rencana Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Novemb er 2017	septemb er 2017	desembe r 2017	desemb er 2017	janua ri 2018	febru ari 2018	mar et 201 8	apr il 201 8	apri l 201 8	
1		<b>Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data</b>									
	Pengumpul an Data Proposal Peneliti a										
	Penyusun an Proposal Penelitian										
	Bimbingan Proposal Penelitian										
	Revisi Proposal Penelitian										
2		<b>Tahap Kedua : Usulan Penelitian</b>									
	Sidang Usulan Penelitian										
	Revisi Usulan Penelitian										
3		<b>Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi</b>									
	Pelaksana an Penelitian										
	Analisis dan Pengolahan Data										
	Penulisan Laporan										
	Bimbingan Skripsi										
4		<b>Tahap Keempat : Sidang Skripsi</b>									

Bimbingan Akhir Skripsi										
Sidang Skripsi										
Revisi Skripsi										

Sumber Olahan Peneliti

