

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Website merupakan sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. *Website* ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. *Website* sebagai media komunikasi mempunyai beberapa kelebihan, selain mempunyai dimensi ketepatan waktu, informasi dapat dengan segera tersedia dan dapat diakses oleh berbagai pemangku kepentingan. Kelebihan lainnya adalah memungkinkan interaksi dua arah dan umpan balik melalui fitur-fitur *website* lainnya. *Website* banyak digunakan sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga.

Website adalah suatu koleksi dokumen pribadi atau perusahaan yang memuat informasi dalam *Web Server* (suatu unit komputer yang berfungsi untuk menyimpan informasi dan untuk mengelola jaringan komputer). (Murya, *Journal Sains*, Volume 2 No.2 Desember 2014:4). *Website* berbeda dengan aplikasi lain yang kontennya terdiri dari berbagai bentuk, format teks, grafis, gambar, audio. *Website* ditujukan untuk digunakan oleh komunitas pengguna yang besar, beragam dan sejumlah pengguna yang tidak dikenal.

Maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, membuat perusahaan maupun lembaga menggunakan *website* perusahaan, sebuah perusahaan akan dianggap telah mengikuti perkembangan jaman jika memiliki alamat resmi untuk *website* perusahaan. Perusahaan atau lembaga pada saat ini

hampir semua memiliki *website*. *Website* perusahaan atau lembaga memiliki berbagai fungsi untuk berjalan dan berkembangnya suatu bisnis. Kriyantono menjelaskan bahwa *website* perusahaan merupakan,

“Sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Karena itu, pada abad ini setiap perusahaan mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat *website*.” (Kriyantono, 2008:260)

Kriyantono menyatakan bahwa media *online* ini merupakan tempat pertama yang dikunjungi publik jika ingin mengetahui lebih jauh tentang suatu perusahaan atau lembaga. Penggunaan *website* pada suatu perusahaan atau lembaga dalam penyampaian informasi tidak terjadi begitu saja tanpa adanya peran seseorang atau divisi dalam pengelolaannya. Pengelolaan *website* untuk menyampaikan informasi kepada khalayak biasanya dilakukan seorang *Public Relations Officer*. Pengelolaan *website* menjadi sebuah pilihan bagi suatu perusahaan atau lembaga untuk mengembangkan *image* dan menjaga reputasi di mata publiknya, karena pada dasarnya salah satu tujuan dari kegiatan *public relations* sebuah perusahaan atau lembaga yaitu untuk membentuk citra positif perusahaan atau lembaga di mata publik secara keseluruhan.

Citra merupakan sesuatu yang penting, karena citra dapat memberikan persepsi pada publik mengenai kredibilitas sebuah perusahaan atau lembaga. Persepsi publik mengenai citra sebuah lembaga dibangun oleh informasi yang disampaikan atau disediakan lembaga kepada publik, oleh sebab itu jika informasi kurang optimal atau tidak lengkap disampaikan kepada publik akan menciptakan citra perusahaan yang tidak baik dimata publik. Citra juga salah satu penunjang untuk mencapai suksesnya tujuan program suatu lembaga, dengan adanya citra

menjadikan nilai tambah kepercayaan dan mulusnya melaksanakan program sebuah lembaga.

Citra perusahaan adalah suatu atribut yang merupakan hasil dari proses perbandingan pelanggan terhadap sebuah produk yang dimiliki oleh perusahaan (Suratno, *Journal of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016:3*). Atribut tersebut berupa produk, kualitas dari produk perusahaan ataupun kualitas pelayanan dari perusahaan.

Citra biasanya berlatar dari kepercayaan publik, yang berawal dari apa yang mereka rasakan, apa yang mereka ketahui baik dari pengalaman pribadi maupun informasi yang diterima dari orang lain. Membangun citra bukanlah hal yang mudah, realitas menunjukkan bahwa pembentukan citra sering mengalami pasang surut, apalagi jika sebelumnya mendapat “sorotan” dimata publik yang merujuk pada kepercayaan publik.

Praktisi humas lembaga pendidikan, saat ini banyak yang menggunakan *website* sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif lembaga. Lembaga pendidikan khususnya di Indonesia tidak memanfaatkan pengelolaan *website* dengan baik. Lembaga pendidikan di Indonesia biasanya hanya sebatas memiliki *website* tanpa mengelolanya dengan berita yang *update*, mudah di akses dan konten yang menarik.

Praktisi humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem adalah salah satu lembaga pendidikan yang memanfaatkan *website* sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif lembaga. Pengelolaan *website* yang *up to date*, mudah di akses, dan konten yang menarik menjadi salah satu ciri khas *website* Yayasan

Pendidikan Al Ma'soem yang membedakan dengan *website* lembaga pendidikan lainnya.

Almasoem.sch.id merupakan alamat *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem yang menyuguhkan banyak berita *update* seperti artikel tentang prestasi-prestasi siswa, kegiatan-kegiatan sosial, kegiatan pendidikan, kehadiran tokoh-tokoh penting seperti kehadiran Presiden Republik Indonesia Jokowi, kehadiran Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan untuk peresmian gedung, menyuguhkan profil Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dengan lengkap, adanya kalender akademis secara *update* yang tentunya akan memudahkan siswa untuk mengetahui kegiatan pendidikan, adanya konten galeri sebagai dokumen kegiatan-kegiatan Yayasan Pendidikan Al Ma'soem, adanya konten informasi pendaftaran sekolah dan pendaftaran *online* yang tentunya akan sangat memudahkan publik eksternal yang akan mendaftar ke Yayasan Pendidikan Al Ma'soem, adanya info beasiswa, database SMA sebagai info perguruan tinggi negeri yang tentunya akan memudahkan bagi siswa SMA yang akan mendaftar ke jenjang perguruan tinggi negeri karena didalamnya terdapat informasi yang lengkap tentang perguruan tinggi negeri, yang terakhir adanya konten kontak pada *website* sebagai alat untuk berinteraksi dengan Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dengan cara mengirim pesan jika ada yang ingin ditanyakan seputar Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

Data pra observasi yang peneliti dapatkan melalui tehnik wawancara dengan Cecep (23) selaku alumni Sekolah Menengah Pertama (SMP) Yayasan Pendidikan Al Ma'soem mengatakan bahwa :

“Iya, aku pernah buka lagi *website* Yayasan Al Ma'soem, buat nambahin bahan skripsi, soalnya disitu lengkap banget informasinya, beda banget

sama *website* sekolah-sekolah yang lain, Al Ma'soem *mah* beritanya lebih *update*, postingan terakhirnya aja Januari 2018 terus sekarang Al Ma'soem makin maju *ya*, ngeliat dari *web* nya banyak bangunan yang baru sampe diresmiin sama Pak Aher, mana Jokowi juga waktu itu dateng, terus banyak anak-anak yang dapet juara-juara lomba, sama jadi lebih banyak kegiatan.” (hasil pra wawancara 01 Januari 2018).

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem telah berkembang dengan baik, *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem yang menyajikan informasi rapi, berita yang “*up to date*”, desain *website* yang menarik, serta konten yang lengkap tentunya membangun citra Yayasan Pendidikan Al Ma'soem menjadi lebih positif dan menunjukkan bahwa Yayasan Pendidikan Al Ma'soem merupakan lembaga pendidikan yang teratur dan tertata dengan baik di mata publik. Pengelolaan *website* sebagai upaya meningkatkan citra positif suatu lembaga berarti apa yang publik pikirkan tentang perusahaan atau lembaga berdasarkan informasi yang dipublikasikan lembaga dan dipahami oleh khalayak *online*.

Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem telah bertransformasi menjadi sebuah lembaga yang modern yang mengutamakan komunikasi dua arah dan Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem berhasil mengoptimalkan fungsi strategisnya dalam roda pendidikan. Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem menyuguhkan berita yang dapat meningkatkan citra positif lembaga dengan mengangkat berita seperti berita SMA Al Ma'soem yang memenangkan juara umum di kejuaraan renang se Jawa Barat, siwa Al Ma'soem yang menggalang dana untuk Palestina, peserta didik Al Ma'soem borong juara di ISEF 2017 dan banyak lagi berita-berita positif Yayasan Pendidikan Al Ma'soem yang dapat meningkatkan citra positif Al Ma'soem.

Keunikan-keunikan yang ada pada *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem seperti berita yang *up to date*, konten *website* yang menarik, banyak menampilkan berita prestasi-prestasi siswa, menyajikan profil Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dengan lengkap, serta konten *website* yang mudah diakses ini sangat berbeda sekali dengan lembaga-lembaga pendidikan pada umumnya. Hal ini membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai "Pengelolaan *Website* dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga".

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu "Pengelolaan *Website* dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga (Analisis Deskriptif pada *Website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem)". Peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana langkah-langkah penentuan masalah Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website* ?
2. Bagaimana perencanaan program Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website* ?
3. Bagaimana pelaksanaan dan komunikasi Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website* ?
4. Bagaimana evaluasi hasil dari program yang telah dilaksanakan Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui analisis deskriptif dalam meneliti Pengelolaan *Website* dalam Peningkatan Citra Positif Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

1. Mengetahui langkah-langkah penentuan masalah Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *websiste*.
2. Mengetahui perencanaan awal Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website*.
3. Mengetahui pelaksanaan dan komunikasi Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra melalui *website*.
4. Mengetahui evaluasi dari hasil program yang telah dilaksanakan dalam meningkatkan citra melalui *website*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Ditinjau dari kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kajian baru pada penerapan ilmu komunikasi bidang *public relations*, khususnya kajian tentang pengelolaan *website* sebagai langkah praktisi humas untuk meningkatkan citra positif lembaga.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan pengetahuan lebih bagi praktisi maupun akademisi *public relations* bagaimana strategi yang harus diterapkan dalam meningkatkan dan memperthanakan citra positif lembaga melalu pengelolaan *website*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan *feed*

back bagi Yayasan Pendidikan Al Ma'soem sebagai bahan evaluasi dan masukan yang nantinya dipergunakan untuk perbaikan dan peningkatan dalam membentuk citra positif lembaga melalui *website*. Selain itu juga sebagai bahan masukan bagi penulis dan mahasiswa lainya dalam melihat fakta-fakta yang terjadi di lapangan.

1.5 Landasan Pemikiran

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah penelitian. Tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari buku, jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lai yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan 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. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fuji Ridha Fauziawati mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2017). Penelitian ini berjudul

“Strategi Peningkatan Citra Positif melalui Penggunaan *Website*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah humas dalam membentuk citra positif melalui *website*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika mengadakan riset mengenai informasi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui pengaduan dari masyarakat yang masuk ke bagian Informasi dan Komunikasi Publik, dan sms pengaduan masyarakat.

Dinas Komunikasi dan Informatika ikut serta dalam seluruh kegiatan pemerintahan Kabupaten Purwakarta, dalam pemberitaan di *website* bertujuan memuat tiga yaitu (*government to government, government to citizen, government to bisnis*), berita yang telah dibuat disebar ke 114 beberapa media sosial resmi Kabupaten Purwakarta dan beberapa media lainnya. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta melaksanakan dengan kepada tiga admin yaitu admin super, admin bidang pemberitaan, dan admin Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempermudah pembuatan berita di *website* lalu disebarluaskan ke beberapa media baik cetak maupun sosial. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta melaksanakan evaluasi dengan cara mengadakan survey kepada masyarakat mengenai informasi yang ada apakah sudah tersampaikan atau belum.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ismi Nuraini Firdaus mahasiswa mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2012). Penelitian ini berjudul

“Strategi *Public Relations* melalui Media Internet dalam Membentuk dan Mempertahankan Citra Merek”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek dengan menggunakan metode deskriptif analisis CV Sailan Industri pada merek Ouval RSCH Distro. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa PR & *Promotion Division* Ouval RSCH Distro dalam mengoptimalkan publisitas situs *website* lewat situs pencari (*search engine*) adalah dengan cara penggunaan *keyword* yang bersinergi dengan *website* dan penempatan kategori produk yang sesuai agar penempatannya jelas di situs pencari. Sosial media dipilih untuk mengambil tindakan dan berkomunikasi dengan konsumen karena dinilai lebih efisien dan efektif. Menyusun desain pesan melalui *website* lebih atraktif, informatif, dan fungsional. Evaluasi dan tindak lanjut dengan mengobservasi setiap ineraksi di sosial media.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Warda Soraya mahasiswa Uiniveritas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (Jurnal 2016). Penelitian ini berjudul “Strategi *External Relations* Hotel Novotel Palembang dalam Meningkatkan Citra Perusahaan”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, pelaksanaan kegiatan *external relations* hotel Novotel Palembang menggunakan beberapa strategi *public relattions* yaitu membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, melakukan identifikasi khalayak penentu (*key public*), menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih, terakhir menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Katrin Rosely Sitinjak mahasiswa Universitas Indonesia (Jurnal 2012). Penelitian ini berjudul “Strategi Membangun Citra Positif Perusahaan melalui Publikasi Humas”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi membangun citra positif yang dilakukan oleh Humas teater Imax Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi publikasi yang ada di Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah dalam upaya membentuk citra positif di masyarakat diantaranya, menggunakan strategi publikasi yang merupakan fungsi dari praktisi *Public Relations* namun dalam pelaksanaannya proses publikasi dilaksanakan oleh marketing dan bidang-bidang lainnya dikarenakan Keong Emas merupakan departemen kecil yang berada dibawah naungan Taman Mini Indonesia Indah. Standarisasi teknologi IMAX merupakan salah satu dari ara Keong Emas untuk tetap mempertahankan citra yang didukung oleh publikasi.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Wartini mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhamadiyah Surakarta (Jurnal 2016). Penelitian ini berjudul “Strategi Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas sebagai lembaga bagian dari sebuah lembaga di Pemkab Boyolali mempunyai peran yang penting didalam lembaga tersebut. Kegiatan media relations, humas telah melakukan beberapa strategi yang telah dijalankan dengan baik. Kegiatan media relations yang telah dijalankan untuk meningkatkan citra Pemkab sudah berhasil, namun keberhasilan ini bukan

sematamata karena kegiatan media relationsnya namun karena kebijakan yang telah dilakukan oleh bupati Pemkab Boyolali.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
1.	Fuji Ridha Fauziawati Skripsi 2017	Strategi Peningkatan Citra Positif melalui Penggunaan Website (Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta)	Kualitatif (Deskriptif)	Dinas Komunikasi dan Informatika mengadakan riset mengenai informasi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui pengaduan dari masyarakat yang masuk ke bagian Informasi dan Komunikasi Publik, dan sms pengaduan masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika ikut serta dalam seluruh kegiatan pemerintahan Kabupaten Purwakarta, dalam pemberitaan di website	Perbedaan penelitian Fuji Ridha Fuziawati terdapat pada tempat penelitian yang digunakan, penelitian Fuji Ridha Fuziawati dilaksanakan di Pemerintahan sedangkan peneliti di Lembaga Pendidikan.

				<p>bertujuan memuat tiga yaitu (<i>government to government, government to citizen, government to bisnis</i>), berita yang telah dibuat disebarkan ke 114 beberapa media sosial resmi Kabupaten Purwakarta dan beberapa media lainnya. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta melaksanakan dengan kepada tiga admin yaitu admin super, admin bidang pemberitaan, dan admin Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempermudah pembuatan berita di <i>website</i> lalu disebarluaskan ke beberapa media baik cetak maupun sosial. Dinas</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta melaksanakan evaluasi dengan cara mengadakan survey kepada masyarakat mengenai informasi yang ada apakah sudah tersampaikan atau belum.</p>	
2.	<p>Ismi Nuraini Firdaus Skripsi 2012</p>	<p>Strategi <i>Public Relations</i> melalui Media Internet dalam Membentuk dan Mempertahankan Citra Merek (CV Sailan Industri pada merek Ouval RSCH Distro)</p>	<p>Kualitatif (Deskriptif)</p>	<p>PR & <i>Promotion Division</i> Ouval RSCH Distro dalam mengoptimalkan publisitas situs <i>website</i> lewat situs pencari (<i>search engine</i>) adalah dengan cara penggunaan <i>keyword</i> yang bersinergi dengan <i>website</i> dan penempatan kategori produk yang sesuai agar penempatannya jelas di situs pencari. Sosial media dipilih untuk mengambil tindakan dan berkomunikasi dengan</p>	<p>Perbedaan penelitian Ismi Nuraini Firdaus dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada judul yang diajukan. Penelitian terdahulu mengenai Strategi <i>Public Relations</i> melalui Media Internet dalam Membentuk dan Mempertahankan Citra Merek (CV Sailan Industri pada merek Ouval RSCH Distro), sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan</p>

				<p>konsumen karena dinilai lebih efisien dan efektif. Menyusun desain pesan melalui <i>website</i> lebih atraktif, informatif, dan fungsional. Evaluasi dan tindak lanjut dengan mengobservasi setiap interaksi di sosial media.</p>	<p><i>Website</i> dalam Peningkatan Citra Positif Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.</p>
3.	Warda Soraya (Jurnal 2016)	Strategi <i>External Relations</i> Hotel Novotel Palembang dalam Meningkatkan Citra Perusahaan	Kualitatif (Analisis Data)	<p>Pelaksanaan kegiatan <i>external relations</i> hotel Novotel Palembang menggunakan beberapa strategi <i>public relations</i> yaitu membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, melakukan identifikasi khalayak penentu (<i>key public</i>), menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih, terakhir menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan</p>	<p>Perbedaan penelitian Warda Soraya dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian terdahulu membahas mengenai Strategi <i>External Relations</i> Hotel Novotel Palembang dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan adalah Pengelolaan <i>website</i> dalam Peningkatan Citra Positif Lembaga Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.</p>

				strategi yang akan dipilih.	
4.	Katrin Rosely (Jurnal 2012).	Strategi Membangun Citra Positif Perusahaan melalui Publikasi Humas (Imax Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah)	Kualitatif (Konstruktif)	Strategi publikasi yang ada di Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah dalam upaya membentuk citra positif di masyarakat diantaranya, menggunakan strategi publikasi yang merupakan fungsi dari praktisi <i>Public Relations</i> namun dalam pelaksanaannya proses publikasi dilaksanakan oleh marketing dan bidang-bidang lainnya dikarenakan Keong Emas merupakan departemen kecil yang berada dibawah naungan Taman Mini Indonesia Indah. Standarisasi teknologi IMAX merupakan	Perbedaan penelitian Katrin Rosely dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi Membangun Citra Positif Perusahaan melalui Publikasi Humas (Imax Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah) sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan adalah Pengelolaan <i>website</i> dalam Peningkatan Citra Positif Lembaga Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

				salah satu dari ara Keong Emas untuk tetap mempertahank an citra yang didukung oleh publikasi.	
5.	Wartini (Jurnal 2016).	Strategi Humas Pembab Boyolali dalam Meningkatka n Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali.	Kulitatif (Deskriptif)	Humas sebagai lembaga bagian dari sebuah lembaga di pembab Boyolali mempunyai peran yang penting didalam lembaga tersebut. Kegiatan media relations, humas telah melakukan beberapa strategi yang telah dijalankan dengan baik. Kegiatan media relations yang telah dijalankan untuk meningkatkan citra pembab sudah berhasil, namun keberhasilan ini bukan sematamata karena kegiatan <i>media relationsnya</i> namun karena	Perbedaan penelitian Wartini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian terdahulu mengenai Strategi Humas Pembab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>website</i> dalam Peningkatan Citra Positif Lembaga Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

				kebijakan yang telah dilakukan oleh bupati Pemkab Boyolali.	
--	--	--	--	---	--

Tabel 1.1
Sumber : oleh peneliti

1.5.2 Landasan Konseptual

Penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

1.5.2.1 *Public Relations*

Scott M, Cutlip, Aleen H. Center dan Glen M. Broom dalam bukunya “*Effective Public Relations*” definisi *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2011 : 8).

Public Relations merupakan alat perusahaan yang berfungsi melihat perilaku dan persepsi publik serta merencanakan suatu kegiatan yang sesuai dengan keinginan publik. Menggaris bawahi hal ini, *Public Relations* berperan menjadi “pemeran utama” yang menentukan dalam memastikan bahwa mereka harus mampu melihat publik secara adil.

Yayasan Pendidikan Al Ma'soem telah memiliki *Public Relations* sebagai sebuah usaha untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik. Praktisi Humas sangat membantu dalam berjalannya kegiatan lembaga, adanya praktisi Humas bertujuan agar terjalinnya hubungan yang baik antara Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dengan publik. Hubungan yang baik dibina agar Yayasan Pendidikan Al Ma'soem bisa memberitahu informasi mengenai kegiatan-kegiatan, kebijakan yang baru, mengetahui apa saja yang sedang dikerjakan lembaga, sehingga memudahkan publik untuk mempercayai Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

1.5.2.2 Poses Tahapan *Public Relations*

Konsep dalam penelitian dimaksudkan untuk memberikan referensi penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam meningkatkan citra. Cutlip and Center dalam (Ruslan, 2010:150) menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui “proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok” yaitu sebagai berikut:

- 1) Pencarian Fakta / Permasalahan (*Fact Finding*)
- 2) Perencanaan dan Program (*Planning dan Programing*)
- 3) Komunikasi (*Communicatin*)
- 4) Evaluasi (*Evaluation*)

Pertama, pencarian data atau *Fact Finding*. Pencarian fakta disini dilakukan oleh praktisi Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem agar mengetahui apa saja yang menjadi masalah, apa saja yang menjadi hambatan dalam meningkatkan citra positif lembaga. Kedua, perencanaan dan program atau

Planning dan Programing. Tahap ini merupakan tahapan merencanakan dan melaksanakan program. Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisa lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijaksanaan dan kegiatan organisasi. Pada taraf ini bisa ditemukan “pilihan yang diambil”.

Ketiga, *Taking Actions and Communicating* atau aksi dan komunikasi. Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh praktisi Humas Yayasan Pendidikan Al Ma’soem agar apa yang telah direncanakan terlaksana atau apa saja yang telah dilakukan dan mengapa demikian sehingga bisa melaksanakan yang telah direncanakan. Keempat, *evaluation* atau evaluasi merupakan tahap penilaian yang dilakukan oleh praktisi Humas Yayasan Pendidikan Al Ma’soem agar apa yang telah direncanakan bisa memberikan dampak dan menanggulangi masalah yang ada. Empat tahapan itu dituangkan dalam website resmi Yayasan Pendidikan Al Ma’soem yaitu www.almasoem.sch.id. Setelah keempat tahapan tersebut dituangkan dalam *website* barulah akan menghasilkan citra yang baik untuk Yayasan Pendidikan Al Ma’soem.

1.5.2.3 Website

Website adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan satu halaman dengan halaman lainnya yang dapat diakses melalui sebuah internet (Yuhefizar, 2008:2). Berdasarkan definisi tersebut *website* sebagai sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk digital baik itu teks, gambar, animasi yang

disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses dari seluruh dunia yang memiliki koneksi internet.

Mikal E. Belicove dalam (Rusdianto, 2014) menyatakan ada lima alasan mengapa perusahaan atau instansi harus memperhatikan *website* yaitu sebagai berikut :

1. *Branding*, pengusaha 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, jumlah halaman, konten, 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 mmemang menyediakan akses data demografi pengunjung situs *web* lembaga seberapa sering orang mengunjungi web

tersebut. *Web Analytic* bisa menganalisis lebih dalam lagi dan berfungsi sebagai intelejen pada lembaga yang secara *real time* memantau bagaimana kinerja *website* perusahaan.

Pendapat Mika E. Belicove tersebut bukan berarti perusahaan mengabaikan sosial media lainnya, beliau hanya menyarankan agar perusahaan fokus terlebih dahulu pada *website* sebelum berpikir tentang sosial media, *email marketing*, titik penjualan, dan bentuk-bentuk media digital lainnya. Intinya adalah bagaimana meningkatkan trafik kunjungan ke *website* resmi perusahaan dan disertai dengan transaksi penjualan.

Yayasan Pendidikan Al Ma'soem merupakan salah satu lembaga pendidikan yang menggunakan *website*. Tujuannya agar publik lebih mudah berinteraksi dan mengetahui kegiatan Yayasan Pendidikan Al Ma'soem. Lembaga pendidikan pada umumnya hanya sekedar memiliki *website* tanpa mengelolanya dengan baik, padahal publik akan menilai citra perusahaan melalui *website*. Apabila *website* tidak dikelola dengan baik, konten yang tidak menarik dan tidak *up to date*, ini menggambarkan bahwa lembaga tersebut tidak tertata dengan baik. Yayasan Pendidikan Al Ma'soem mengelola *website* dengan baik, konten yang menarik, berita yang *up to date*, serta menyuguhkan berita-berita prestasi, tentunya ini akan menggambarkan bahwa Yayasan Pendidikan Al Ma'soem merupakan lembaga pendidikan yang terkelola dengan baik.

1.5.2.4 Citra

G. Sach menyebutkan bahwa citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda

(Ardianto, 2007:171). Frank Jefkin menyebutkan pula bahwa citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Ardianto, 2007:114).

Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. Citra adalah sebuah cerminan dari identitas perusahaan atau lembaga. Citra terbentuk dari penilaian baik atau buruk dari masyarakat sebagai publik dari sebuah perusahaan atau lembaga.

1.6 Langkah – Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem yang terletak di Jl. Cipacing No. 22 Jatinangor Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena peneliti tertarik dengan *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem sehingga peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana pengelolaan *website* tersebut.

1.6.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dengan maksud untuk memecahkan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya mengenai pengelolaan *website* dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pendidikan Al

Ma'soem. Data penelitian kualitatif yang berhasil dikumpulkan merupakan data deskriptif yang berupa kata, kalimat, pernyataan dari narasumber atau informan langsung, dan konsep bukan berupa angka.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivistik. Paradigma konstruktivistik memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Konstruktivisme menempatkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atas ilmu pengetahuan (Salim, 2006:71-72). 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.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan alasan bahwa realitas selalu terkait dengan nilai jadi tidak mungkin bebas nilai dan pengetahuan hasil konstruksi manusia itu bersifat berkembang terus dan tidak bersifat tetap. Konstruktivistik berarti menciptakan makna dan penilaian sendiri. Penelitian ini membahas bagaimana pengelolaan *website* dalam meningkatkan citra positif yang mana hasil dari konstruksi ialah peningkatan citra positif karena

dalam konstruktivistik memiliki pandangan bahwa realitas itu bebas sesuai dengan pandangan peneliti. Maka dari itu citra melalui media merupakan hasil dari konstruksi humas.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif serta penerapan paradigma konstruktivisme untuk membuat pemaparan, gambaran, faktual dan apa adanya berdasarkan fakta-fakta dilapangan.

1.6.3 Sumber Data

Sumber data dalam peneltian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut :

- 1) Sumber data primer, sumber rujukan pertama dan utama yaitu para staf karyawan Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.
- 2) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu alumni-alumni, buku-buku, makalah, jurnal dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.6.4 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Staf Karyawan Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dengan kriteria :

- 1) Informan merupakan pihak Humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berkaitan langsung dengan kegiatan *Public Relations*.
- 2) Informan memiliki masa kerja kurang lebih 4 tahun di Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem khususnya di bagian divisi Humas. Peneliti menganggap bahwa dalam jangka waktu 4 tahun seseorang yang berkerja di bidang *Public Relations* sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup kerja *Public Relations* di Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.
- 3) Informan merupakan pengelola *website* resmi Yayasan Pendidikan Al Ma'soem
- 4) Informan merupakan pembuat berita pada halaman *website* resmi Yayasan Pendidikan Al Ma'soem.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

1.6.5.1 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

Lincoln dan Guba menyebutkan bahwa maksud dari mengadakan wawancara antara lain : mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan ; merekontruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusi maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas kontruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Moleong, 1985:266).

Ada berbagai macam cara pembagian jenis wawancara menurut Patton yaitu (a) wawancara pembicaraan formal, (b) pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan (c) wawancara baku terbuka (Moleong, 1980:197). Pembagian wawancara yang dilakukan oleh Patton didasarkan atas perencanaan pertanyaan.

1.6.5.2 Observasi Partisipasi

Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini menggunakan observasi partisipasi, di mana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2006:310). Observasi secara langsung ini, peneliti selain berlaku sebagai pengamat penuh yang dapat melakukan pengamatan terhadap gejala atau proses yang terjadi di dalam situasi

yang sebenarnya yang langsung diamati oleh observer, juga sebagai pemeran serta atau partisipan.

Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mengoptimalkan data mengenai pelaksanaan pengelolaan *website* dalam peningkatan citra positif Yayasan Pendidikan Al Ma'soem. Observasi dilakukan dengan cara datang langsung ke Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem dan juga dengan bertanya kepada pihak *Public Relation* mengenai pengelolaan *webiste* dalam peningkatan citra positif lembaga.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya (Moleong, 2004:190). Analisis data kuliitatif adalah cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) (Kriyanto,2010:196). Teknik analisis data dilakukan agar mengetahui data apa yang masih diperlukan, pertanyaan apa saja yang perlu diajukan, metode apa yang harus digunakan untuk mendapatkan informasi yang baru serta mengetahui kesalahan apa yang harus diperbaiki. Adapun beberapa cara yang bisa dilakukan untuk menganalisis data yaitu sebagai berikut:

1.6.6.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengumpulan data yang didapatkan di lapangan kemudian dianalisis dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan

focus penelitian yang kemudian dicarikan temanya agar memberikan gambaran tentang hasil pengamatan.

1.6.6.2 Penyajian Data

Penyajian data merupakan memberikan gambaran mengenai secara menyeluruh dalam bentuk apapun yang memudahkan peneliti menguasai data yang telah diperoleh baik berupa narat ataupun grafik.

1.6.6.3 Penarikan Kesimpulan

Setelah data dipilih dan digambarka secaa keseluruhan sesuai dengan focus penelitian diambil kesimpulannya secara jelas sehingga peneliti mendapatkan makna dari data yang diperoleh.

