

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi menjadikan segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia menjadi lebih mudah. Media internet ini mempunyai banyak sekali manfaat diantaranya mendapatkan informasi, media transaksi, tempat diskusi, hingga melakukan kegiatan yang berhubungan CV. Trustmepr Consultant sosial. Sarana media internet ini baik dilakukan oleh perusahaan, instansi, individu ataupun kelompok, semua dapat melakukan kegiatan tersebut untuk dapat membangun citra yang baik, memecahkan masalah, memberikan kegiatan internal perusahaan atau instansi secara baik dan masih banyak kegiatan lainnya. Kegiatan ini menjadi hal yang sering dilakukan oleh seorang praktisi dari *Public Relations* (PR) CV. Trustmepr Consultant kata lain dari kegiatan ini adalah *Cyber Public Relations*. Aprinta (2014:3) dalam Jurnal Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta Vol.6(1) menyebutkan *Cyber Public Relations* ataupun *Online Public Relations* merupakan kegiatan *Public Relations* yang dilakukan menggunakan sarana internet untuk melakukan komunikasi. Baik untuk membangun citra ataupun membangun brand.

Industri 4.0 menjadikan CV. Trustmepr Consultant untuk dapat bergerak pada bidang kehumasan. Seorang praktik *Public Relations* harus dapat beradaptasi perubahan tersebut, perkembangan teknologi seorang praktisi *Public Relations* dituntut untuk dapat menguasai fleksibilitas dan mobilitas tinggi, kemampuan digital, menganalisa, pembuatan konten. Selain itu perubahan 4.0 ini membuat

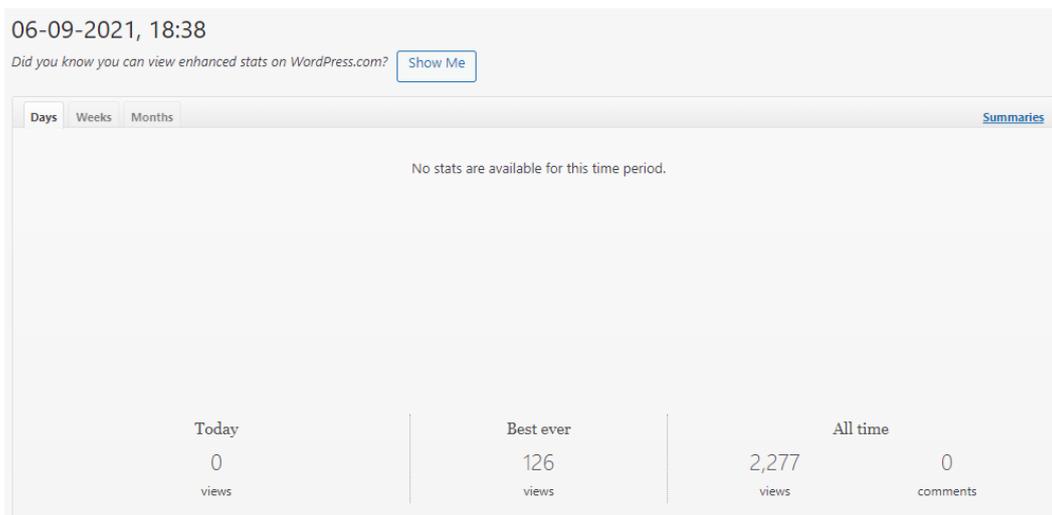
informasi di dunia ini menjadi sangat banyak. Perkembangan Industri itulah yang membuat seorang praktisi *Public Relations* harus dapat selektif dalam melakukan *Producer* dan *Publisher* konten.

CV. Trustmepr Consultant Consultant merupakan konsultan *Public Relations* yang bergerak dibidang jasa *branding, training, event management*, dan riset melalui digital untuk dapat membangun hubungan yang harmonis CV. Trustmepr Consultant publiknya. CV. Trustmepr Consultant senantiasa menggunakan media komunikasi yang sesuai CV. Trustmepr Consultant perkembangan teknologi pada saat ini. Media digital inilah yang menjadi salah satunya penghubung kegiatan perusahaan CV. Trustmepr Consultant publiknya.

Perusahaan CV. Trustmepr Consultant Consultant sudah melakukan konsep dari *Cyber Public Relations* dalam menjalankan aktivitasnya melalui media *website*, sebagaimana dapat dilihat melalui kegiatan yang dimuat pada media *website* CV. Trustmepr Consultant Consultant. Wardah (2017:7) dalam jurnal *Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik Pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru Vol.4(1)* mengatakan bahwa *website* diartikan sebagai kumpulan dari *pages* yang memberikan informasi berupa tulisan, infografis, audio visual atau gabungan dari semuanya yang dirancang seperti bentuk rangkaian bangunan yang saling berhubungan pada jaringan halaman lainnya. Hal ini memberikan arti *website* menjadi penyajian informasi kepada khalayak terkait perusahaan, sehingga rasa kepercayaan publiknya dapat terbentuk dari informasi di *website* tersebut.

Media *website* menjadi salah satu wajah dari perusahaan CV. Trustmepr Consultant Consultant yang bertujuan untuk membangun *branding* kepada khalayak yang mengunjungi *website* tersebut, CV. Trustmepr Consultant adanya *website* ini segala informasi terkait CV. Trustmepr Consultant perusahaan serta pelayanan yang disediakan perusahaan dapat dilihat dari *website* tersebut, sehingga citra yang dipasarkan melalui *website* tersebut terbentuk CV. Trustmepr Consultant sistematika yang dibuat oleh perusahaan untuk khalayak dapat menerima konsep tersebut.

Berdasarkan data pra penelitian melalui situs *website* dari www.trustmepr.com, peneliti mendapatkan informasi bahwa CV. Trustmepr Consultant memberikan informasi-informasi terupdate terakait CV. Trustmepr Consultant dunia kehumasan, salah satunya adalah CV. Trustmepr Consultant berupa artikel-artikel yang dimuat melalui halaman artikel pada *website* tersebut. Halaman selain artikel ini ada juga beberapa informasi yang diberikan pada halaman *website* ini, seperti kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh CV. Trustmepr Consultant. Data lainnya adalah didapatkan dari data pengunjung *website* CV. Trustmepr Consultant dimulai terbentuknya *website*.



Gambar 1 Site Stats Website CV. Trustmepr Consultant

Sumber: *Website CV. CV. Trustmepr Consultant Consultant*, diakses tanggal 15

Juni 2021

<https://www.trustmepr.com/>

Gambar diatas menunjukkan bahwa CV. Trustmepr Consultant Consultant dalam waktu kurang lebih sekitar 2 tahun yang berjumlahkan 2.277, serta dari segi layout yang ditampilkan memberikan secukupnya informasi yang jelas baik itu dari dari segi *slider*, informasi terkait CV. Trustmepr Consultant perusahaan, pelayanan, testimoni, serta client yang pernah bekerja sama CV. Trustmepr Consultant. Konten yang dibuat memiliki kekuatan daya tarik tersendiri CV. Trustmepr Consultant menggunakan ciri khas warna yang melekat pada perusahaan yaitu berwarna merah serta digabungkan CV. Trustmepr Consultant penggunaan font yang dapat dibaca CV. Trustmepr Consultant jelas tidak terlalu formal. Perbedaan CV. Trustmepr Consultant *website* lainnya adalah dari segi layout, konten serta warna tidak akan lepas dari ciri khas CV. Trustmepr Consultant Consultant. Informasi tersebut memberikan gambaran bahwa dalam

perusahaan CV. Trustmepr Consultant ini sangat aktif dalam kegiatan yang memanfaatkan khususnya media digital.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan data pra penelitian seperti yang telah diuraikan diatas, maka penelitian akan terfokuskan kepada “Bagaimana Strategi *Cyber Public Relations* dalam Membangun Citra CV. Trustmepr Consultant Melalui Media *Website*?”

1. Bagaimana Tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat konten pada media website ?
2. Bagaimana Tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat *User Experience* pada media website ?
3. Bagaimana Tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat *features* pada media website ?
4. Bagaimana Tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam pengelolaan *Functionality* pada media website ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan dari pada pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat konten pada media website ?
2. Untuk mengetahui bagaimana tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat *User Experience* pada media website ?

3. Untuk mengetahui bagaimana tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam membuat *features* media website ?
4. Untuk mengetahui bagaimana tahapan CV. Trustmepr Consultant dalam pengelolaan *Functionality pada* media website ?

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan CV. Trustmepr Consultant yang akan terus berkembang dengan situasi kondisi yang ada.
2. Memberikan sumbangan inovasi terkait dengan strategi *Cyber Public Relations* pada media *website*.
3. Sebagai acuan dari penelitian selanjutnya terkait dengan *Cyber Public Relations* pada media *website*.
4. Memberikan sumbangan inovasi dalam membentuk suatu penelitian yang mengacu kepada Media *Online*.

D.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemaparan yang jelas kepada para praktisi dan akademis tentang strategi *Cyber Public Relations* dalam memanfaatkan media *website* sebagai manifestasi dari kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan dilihat dari segi media *online* berupa *Content, User Experience, Features, Functionaly*.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan analisis terhadap penelitian sebelumnya yang didalamnya memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, sehingga peneliti memiliki acuan untuk menjadi pelengkap ataupun perbandingan yang valid dan juga dapat memberikan wawasan yang kuat dalam menempatkan pada kajian pustaka nantinya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetio, jurnal mahasiswa Universitas Telkom Bandung pada tahun 2016 yang berjudul *Strategi Humas Siber Melalui Pengelolaan Konten Website Pemerintah Studi kasus Website www.subang.go.id pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Subang*. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus Kualitatif. Konsep yang digunakan berupa *Cyber Public Relations* dan *Strategi Public Relations*.

Hasil dari penelitian ini memberitahukan bahwa dalam kegiatan pengelolaan *website* ini masih banyak kekurang baik itu dari SDM yang tidak ada, tampilan yang monoton, kurangnya antusias masyarakat untuk mengakses *website* tersebut, serta kurangnya interaksi antara pemerintah dengan masyarakat melalui *website*.

Kedua, Penelitian dilakukan oleh M.A. Daryono, skripsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2016 yang berjudul *Strategi Cyber Public Relations PT. Semen Tonasa Dalam Memenuhi Kebutuhan informasi Publik*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mix Methods*

(Kuantitatif dan Kualitatif) serta dengan metode campuran bertahap (*sequential mixed methods*).

Hasil dari penelitian ini memberitahukan bahwa pada pihak publik internal menilai bahwa *website* menjadi manfaat bagi karyawan sebagai media informasi, bagi pihak publik eksternal mengakses *website* untuk mencari informasi terkait profil perusahaan dan kegiatan perusahaan. Secara keseluruhan *website* PT Semen Tonasa dikelola dengan penuh tanggung jawab terkait informasi yang diberikan di *website*.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Rosliana dan Riris Loisa, Jurnal mahasiswa Universitas Tarumanegara pada tahun 2018 yang berjudul *Strategi Cyber Public Relations dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan*. Penelitian ini yang menggunakan metode studi kasus kualitatif. Konsep pada penelitian ini menggunakan konsep Strategi *Cyber Public Relations*.

Hasil dari penelitian ini memberitahukan bahwa PT Eannovate Creative Technology telah menggunakan *platform* media sosial sebagai sarana memperkenalkan dan menyebarluaskan informasi terkait perusahaan kepada khalayaknya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh dan J.W. Londa. E-Jurnal mahasiswa Universitas Sam Ratulangi yang berjudul *Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teori atau konsep yang digunakan adalah pemulihan citra.

Hasil dari penelitian ini memberitahukan bahwa strategi *Public Relations* sangat berpengaruh terhadap pemulihan citra Rumah Makan Kawan Baru dengan melakukan evaluasi, perbaikan pelayanan, mengkaji ulang, serta berkompromi dan negosiasi terhadap pihak yang menjadi korban.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Atikah Rahmah. Skripsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry pada tahun 2019 yang berjudul *Implementasi Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT PLN (Persero) Aceh*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan menggunakan teori *Functional Approach to Mass Communication* dan *Uncertainly Reduction*.

Hasil dari penelitian ini memberitahukan bahwa implementasi dari *Cyber Public Relations* memberikan pengaruh besar dalam meningkatkan citra positif bagi perusahaan. Media online menjadi sarana yang tepat dalam memberikan informasi terkait perusahaan terutama pada informasi kelistrikan. Humas PT PLN (Persero) memberikan informasi yang *up to date*, yang memberikan kesan yang positif dan baik.

No	Peneliti	Judul	Metode	Perbedaan
1.	Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetio	<i>Strategi Humas Siber Melalui Pengelolaan Konten Website Pemerintah (Studi kasus Website</i>	Studi Kasus Kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetio perbedaanya

	(Jurnal)	<i>www.subang.go.id</i> <i>pada Dinas</i> <i>Komunikasi dan</i> <i>Informatika</i> <i>Kabupaten</i> <i>Subang)</i>		terletak pada metode penelitian, Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetyo menggunakan metode penelitian studi kasus kualitatif, sementera peneliti menggunakan metode deskriptif, kualitatif.
2.	M.A. Daryono (Skripsi)	<i>Strategi Cyber</i> <i>Public Relations</i> <i>PT. Semen Tonasa</i> <i>Dalam Memenuhi</i> <i>Kebutuhan</i> <i>informasi Publik.</i>	<i>Mix Methods</i> (Kuantitatif dan Kualitatif)	Penelitian yang dilakukan oleh M.A. Daryono perbedaannya terletak pada metode penelitian,

				metode penelitian yang digunakan oleh M.A. Daryono menggunakan metode <i>Mix Methods</i> , sedangkan peneliti menggunakan kualitatif, deskriptif.
3.	Roslina dan Riris Loisa (Jurnal)	<i>Strategi Cyber Public Relatons dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan.</i>	Studi kasus, Kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Roslina dan Riris Loisa perbedaannya terletak pada metode dan juga objek penelitiannya. Penelitian Roslina dan Riris Loisa

				<p>menggunakan metode studi kasus, kualitatif, serta objek penelitiannya media sosial, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif, deskriptif dan objek penelitiannya adalah website.</p>
4.	<p>Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh dan J.W. Londa. (E-Jurnal)</p>	<p><i>Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)</i></p>	<p>Kualitatif, deskriptif</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh dan J.W. Londa perbedaanya terletak pada judul yang</p>

				<p>menjadi objek penelitian.</p> <p>Penelitian yang dilakukan Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh dan J.W. Londa tidak terkait dengan media online, sedangkan peneliti judulnya berkaitan dengan media online yaitu website.</p>
5.	Atikah Rahmah (Skripsi)	<p><i>Implementasi Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT PLN (Persero) Aceh</i></p>	Kualitatif, Deskriptif	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Atikah Rahmah perbedaanya terletak pada teori yang digunakan.</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Atikah Rahmah</p>

				<p>menggunakan teori <i>Functional Approach to Mass Communication</i> dan <i>Uncertainly Reduction</i>, sedangkan peneliti menggunakan Konsep media Online Don Middleberg.</p>
--	--	--	--	--

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

E.2 Landasan Konseptual

1) *Media Online (Public Relations)*

Media menjadi alat sebagai saran membantu dalam kegiatan kehumasan, terkhusus pada media internet saat ini, dengan demikian media *online* memiliki peranan penting sebagai wadah baru untuk memberikan informasi kepada publik. . Zuhri, S. dkk (2020:97) menerangkan bahwa media online merupakan sebuah *channel* yang menggunakan koneksi internet untuk dapat diakses yang berfungsi sebagai sarana komunikasi melalui media internet.

Media online salah satunya adalah *website* yang dimana *website* memiliki beberapa hal yang menjadi dasar agar menjadi media *online* yang efektif pada dunia digital. Don Middleberg dalam buku Rusdianto (2014:125) menyebutkan sebagai berikut:

(1) *Konten*

Konten menjadi hal yang tidak akan pernah lepas dari efektivitas suatu media *online/digital*. Budiyanto (2021:67) mengatakan bahwa konten merupakan hal yang menjadi *differensiasi* terhadap sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada publiknya, sehingga apa yang ditampilkan melalui *website* menjadi wajah dari perusahaan tersebut. Indikator yang menjadi efektif dari sebuah konten di *website* adalah terbaruinya halaman website, informasi yang mudah didapatkan, tersedianya alamat kontak pada *website* serta informasi yang komprehensif.

(2) *User Experience*

Informasi yang disampaikan di *website* diharapkan dapat mudah ditemukan oleh pelanggan, seperti pencarian artikel, halaman *home*, dan halaman satu dapat terhubung dengan halaman yang lainnya, sehingga pengguna tidak menjadi kesulitan ketika ingin mendapatkan informasi yang dia harapkan.

(3) *Features*

Komponen pada *website* yang dapat diakses dan mempermudah pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan.

(4) *Functionally*

Fungsi yang menjadi efektif pada suatu *website* adalah bagaimana setiap halaman pada *website* dapat diakses oleh pengguna, tidak terjadi kesalahan pada setiap halaman dan juga apakah fungsi pada *website* ini dapat memberikan informasi terupdate kepada pengguna melalui email ataupun telpon seluler.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa teknologi merubah segala aktivitas manusia terutama pada seorang praktisi kehumasan, dengan kemajuan teknologi tersebut segala aktivitas kehumasan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat tanpa harus membuat waktu dan biaya yang besar. Terutama pada kegiatan kehumasan yang menggunakan media internet seperti *website* yang dijadikan sebagai wajah dari perusahaan untuk memberikan informasi kepada khalayaknya.

2) *Cyber Public Relations*

Istilah *Cyber Public Relations* atau dapat dikatakan sebagai Humas Siber ini menjadi langkah yang tercipta untuk membatu kegiatan kehumasan dalam memberikan informasi kepada khalayaknya. Soemirat & Ardianto (2003: 187) mengatakan bahwa *Cyber Public Relations* merupakan pengaruh dari perkembangan teknologi dan informasi melalui media internet, yang menjadikan sebagai alat seorang praktisi kehumasan (*Public Relations Tools*) atau bentuk baru dari kegiatan kehumasan.

Aktivitas yang dijalankan seorang praktisi kehumasan menjadi lebih mudah dengan hanya menggunakan media internet. Informasi yang ingin disampaikan

oleh seorang praktisi kehumasan akan dapat diberikan secara massif kepada khalayaknya. Onggo (2004:1) mengatakan bahwa *Cyber Public Relations* dapat diartikan sebagai berikut:

1. E diartikan sebagai *electronic*, dalam ranah *Cyber Public Relations* diartikan sebagai media elektronik internet. Media elektronik internet pada saat ini dimanfaatkan oleh Humas dalam membangun citra dan kepercayaan (*trust*) khalayak terhadap perusahaan.
2. P diartikan sebagai *Public*, yang mengarahkan kepada kegiatan kehumasan dengan mudah menjangkau publik yang ingin dituju dengan cepat dengan menggunakan media internet, begitupun sebaliknya publik pun dapat menjangkau perusahaan dengan mudah baik itu suatu komunitas, ataupun individu.
3. R diartikan sebagai *relations*, yang dimaksud dengan suatu hubungan yang harus dijaga dengan baik antara perusahaan dengan publiknya, agar terciptanya kepercayaan diantara satu sama lain. Menjaga maupun membangun hubungan inilah yang terpenting dalam suatu tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Melalui media internet hubungan tersebut dapat dilakukan secara baik, karena media internet memiliki sifat interaktif.

Cyber Public Relations pada dasarnya bagian dari aktivitas *Public Relations* seperti konferensi *pers*, publikasi, *press release*, dan kegiatan *Public Relations* yang lainnya dengan memanfaatkan media internet.

F. Langkah-langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor CV. Trustmepr Consultant yang berada di Panorama Jatinangor BLK M/30 Sumedang, Jawa Barat, Indonesia.

Peneliti tertarik melakukan penelitian di CV. Trustmepr Consultant karena peneliti tertarik dengan dunia *Cyber Public Relations* yang menjadi kegiatan yang sedang berkembang pada era digital saat ini. Aktivitas baik itu internal ataupun eksternal dilakukan dengan menggunakan digital pada saat ini, apalagi ditambah dengan masa pandemi saat ini, yang memaksa dan menuntut segala aktivitas dilakukan di rumah, maka media digital inilah yang menjadi penyambung dan mempermudah yang dimanfaatkan oleh seorang praktisi kehumasan, sehingga peneliti tertarik terkait strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh CV. Trustmepr Consultant dalam membangun citra perusahaan tersebut.

F.2 Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana pada pendekatan kualitatif ini dipergunakan untuk mengkaji strategi *cyber public relations* melalui website resmi www.trustmepr.com. Strategi *cyber public relations* menjadi hal yang menarik untuk dapat mengembangkan suatu perusahaan pada basis media internet maka hal itu yang melatarbelakangi peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Data yang didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini akan lebih lengkap, mendalam serta memiliki kredibilitas yang tinggi

untuk terciptanya tujuan penelitian. Sugiyono (2009:115) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif ini dipergunakan untuk mendapatkan sebuah proses kerja, kemajuan atas suatu aktivitas, menjabaran yang mendalam, perasaan, serta memiliki etos dan budaya yang dijadikan suatu keyakinan bagi seseorang maupun kelompok.

F.3 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Metode inilah yang dapat mengetahui lebih jauh terkait dengan peristiwa yang tidak dapat diukur berdasarkan angka. Hidayat (2010) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk menemukan suatu fenomena penelitian yang kemudian di deskripsikan untuk dianalisis yang menghasilkan sebuah kalimat bukan menghasilkan berupa angka. Strategi *cyber public relations* melalui media *website* menjadi hal menarik untuk dapat membangun perusahaan dengan sarana internet maka hal itu yang menjadikan peneliti memilih menggunakan metode deskriptif untuk dapat menjelaskan serta menganalisis dari hasil penelitian secara komprehensif terkait dengan strategi *cyber public relations* melalui website resmi www.trustmepr.com.

F.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif atau pendeskripsian dari suatu objek yang diteliti. Peneliti menggunakan jenis data kualitatif dikarenakan peneliti hanya memberikan deskripsi atau kata-

kata. Pendeskripsian data ini merupakan jawaban atas pertanyaan pada rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, yaitu mengenai strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh CV. Trustmepr Consultant untuk membangun citra melalui media *website*.

2) Sumber Data

Penelitian menggunakan dua sumber data dalam melakukan penelitian terkait dengan strategi *cyber public relations* melalui *website* resmi www.trustmepr.com yaitu:

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan yang diperoleh dari sumber asli dari tempat penelitian, yang menjadi objek penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini didapatkan dari tim CV. Trustmepr Consultant yang memiliki penguasaan terhadap pengelola *website* CV. Trustmepr Consultant.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang menunjang peneliti untuk mendapatkan informasi tambahan melalui dokumen, angket, buku-buku, arsip dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Bungin (2013:129) menjelaskan bahwa sumber data sekunder didapatkan melalui skripsi, buku, tesis, jurnal, arsip, dokumen penting yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder pun sangat membantu ketika data primer tidak cukup akurat. Sumber data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari data-data yang ada pada *website* resmi CV. Trustmepr Consultant, buku-buku kehumasan, arsip yang mendukung untuk dijadikan sumber pada penelitian ini.

F.5 Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi Partisipasi Aktif

Teknik observasi ini menjadi salah satu cara dalam mendapatkan informasi, dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati dan menganalisis fenomena yang terjadi dilapangan. Sugiyono (2012:145) menjelaskan bahwa observasi merupakan Teknik untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan sikap, perilaku, proses bekerja, gejala alam yang terjadi secara langsung.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan Teknik observasi partisipasi aktif karena peneliti ikut terlibat secara langsung bagaimana proses kegiatan yang terjadi pada pembuatan strategi melalui *website* yang menjadi fokus penelitian dengan cara mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan.

2) Wawancara Mendalam

Teknik ini merupakan salah satu bagian dari metode kualitatif, dimana peneliti mendapatkan informasi yang pasti melalui narasumber secara langsung. Sugiyono (2012:138) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan cara untuk mendapatkan data yang pasti dan terperinci.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa peneliti berharap agar mendapatkan data yang jelas mengenai objek dari penelitian, dan juga peneliti dapat bertanya secara langsung melalui teknik wawancara agar mendapatkan informasi secara lengkap yang mungkin dirahasiakan oleh narasumber.

3) Dokumentasi

Teknik ini menjadi salah satu bagian dari teknik penelitian dengan mendapatkan informasi untuk dapat mendukung penelitian. Sugiyono (2015:329)

mengatakan bahwa data yang menjadi salah satu untuk dapat mendukung penelitian adalah dengan dokumentasi yang berbentuk buku, arsip, angka, tulisan gambar dan lainnya. Dokumentasi dijadikan bahan yang kemudian akan dianalisis pada penelitian ini, adapun dokumentasi yang akan digunakan dapat diambil dari konten yang ada di *website* CV. Trustmepr Consultant.

F.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini menjadi bahan untuk peneliti dalam penelitian ini dimana data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan mengolah melalui kata-kata, gambar, dan penjelasan yang sesuai dengan objek penelitian yang ditemukan di lapangan. Peneliti mengacu kepada model dari Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (2009:16) mengatakan dalam melakukan teknik ini, yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan agar dapat dipahami dengan mudah.

1) Penyajian Data

Tahapan ini berkaitan dengan informasi yang sudah diperoleh oleh peneliti kemudian disajikan secara sistematis, dalam penelitian kualitatif penyajian data ini biasanya disajikan dengan bentuk tabel, grafik, bagan dan sebagainya. Tujuan dari penyajian data ini agar pembaca dapat mengetahui dan memahami dengan mudah maksud dari tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh CV. Trustmepr Consultant untuk membangun citra melalui media *website*.

2) Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap menyederhanakan data yang telah diperoleh peneliti kemudian dikelola untuk disajikan menjadi data yang lebih jelas serta akurat sesuai dengan tujuan dari penelitian. Peneliti mengumpulkan data-data yang didapatkan melalui sumber-sumber yang telah dibuat dalam pengumpulan data seperti melalui data pra penelitian, data yang tercantum pada media *website* resmi, dan data didapatkan melalui proses wawancara dan observasi, yang kemudian diolah menjadi data yang sederhana sehingga dapat dipahami dengan mudah.

3) Simpulan

Tahapan yang terakhir ini merupakan penarikan simpulan dari sebuah data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui tahap reduksi data dan penyajian data. Tahapan simpulan ini merupakan proses akhir dari tahapan sebelumnya. Penarikan simpulan dibutuhkan bukti kuat yang didapatkan dari reduksi data dan penyajian data, yang kemudian dilampirkan pada halaman terakhir.

F.7 Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Maret 2021	April 2021	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021	Agustus 2021	Oktober 2021
Pengumpulan Data Penelitian							
Penyusunan Proposal							

Penelitian							
Usulan Penelitian							
Penyusunan Skripsi							
Sidang Skripsi							
Revisi Skripsi							

Tabel 2 Rencana Penelitian

Sumber: Hasil Olahan Peneliti