

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital Public Relations atau Digital PR lahir dari konvergensi media baru seiring berkembangannya teknologi komunikasi digital. Aktivitas *Digital Public Relations* merupakan aktivitas kehumasaan dengan menggunakan teknologi digital dan sosial media untuk mengelola suatu organisasi, *brand awareness*, *consideration*, membangun sebuah citra dan reputasi organisasi melalui pengaruh peningkatan eksposur yang disengaja melalui media-media digital, hal ini menjadi sangat mudah, murah, dan cepat.

Website merupakan bentuk pemanfaatan teknologi internet oleh suatu organisasi sebagai penyedia layanan informasi dan komunikasi secara efisien. Web menjadi sebuah media interaktif yang dapat menjangkau publik lebih luas dalam waktu yang singkat. *Website Pramuka.id* tentu dapat meningkatkan kesadaran publik, dengan mempublikasikan program, dokumentasi acara, dan ajakan untuk mengikuti kegiatan hingga informasi penting mengenai kegiatan Kepramukaan di Indonesia dalam menjalankan aktivitas digital *public relations* melalui media *website*, dapat dilihat melalui kegiatan yang dimuat pada laman *website Pramuka.Id* berupa informasi kegiatan pramuka diseluruh Indonesia berupa *Press Release* dan *online news*.

Faktanya Kwartir Nasional Gerakan Pramuka mendirikan pusat informasi sebagai inovasi dengan memanfaatkan media *website* barulah Pusat Informasi Kwartir Nasional memanfaatkan kemajuan teknologi berbasis

Pusat Informasi Kwartir Nasional memanfaatkan kemajuan teknologi berbasis digital dalam membangun komunikasi dengan seluruh publik melalui *website Pramuka.Id* sesuai dalam UU No.12 tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka.

Humas bekerja untuk menjadi garda terdepan dalam menciptakan dan menampilkan citra positif dibenak publik. Pusat Informasi Kwartir Nasional merupakan bagian integral sebagai wadah pelayanan informasi baik di dalam maupun di luar lingkungan Gerakan Pramuka, bertanggung jawab terhadap penyebarluasan konten Gerakan Pramuka dalam menyampaikan hasil produksi konten melalui media sosial dan media konvensional. Berdasarkan data prawawancara melalui Webinar yang diselenggarakan oleh Gerakan Pramuka UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tanggal 19 Juli 2021, Wakil Ketua Komisi Kehumasan dan Kominfo, Kak Berthold Sinaulan menyampaikan bahwa Pusat Informasi Kwartir Nasional akan meningkatkan Aktivitas digital PR melalui *website* Pramuka.id.

Website yang dikelola oleh Pusat Informasi bertujuan agar seluruh aspek masyarakat dapat menerima informasi yang sejelas-jelasnya mengenai kegiatan pramuka yang ada diseluruh Indonesia. Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan *official website* sebagai sarana komunikasi dan informasi. Pusat Informasi Kwartir Nasional aktif mengelola *website* dengan menyebarkan *Press Releasr*, berita *online*, dan Opini kepramukaan sebanyak empat sampai enam postingan perhari secara *up to date*, agar masyarakat dapat menerima informasi secara cepat dan aktual. Publik tidak perlu khawatir lagi perihal kebenaran informasi yang beredar di masyarakat. Karena melalui *website* Pramuka.Id publik

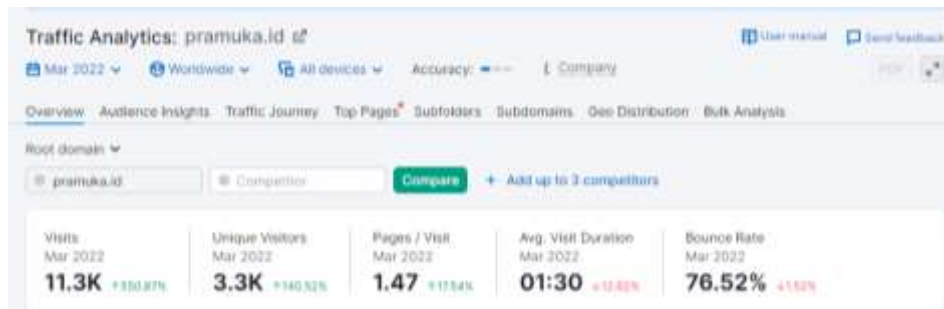
dapat mengakses informasi dengan cepat dan mudah, layanan *website* Pramuka.Id dapat diakses setiap saat menggunakan *Mobile ponsel*, Komputer, Leptop, dan Tablet.



Gambar 1.1 Tampilan Halaman Website Pramuka.id
Sumber : Website Pramuka.Id. diakses tanggal 24 April 2022

<https://www.pramuka.id>

Gambar diatas menunjukkan bahwa tampilan yang disediakan pada rubrik sangat beragam, masyarakat tidak hanya mendapat informasi berupa *press release* dan *online news* tetapi ada banyak produk seperti *Bulletin* Kegiatan Jambore Nasional, Warta Pramuka, Warta Foto, Warta Video, Opini, Abdimas, KBL2022, dan Radio. Semua publikasi ini tersedia pada rubrik, konten yang dibuat memiliki daya tarik tersendiri. Pramuka.Id menggunakan warna dominan ungu pada laman *website*, menggunakan tagline #SetiapPramukaAdalahPewarta bertujuan menanamkan sudut pandang kepada anggota pramuka bahwa semua berhak menyampaikan informasi dan kebenaran mengenai Kepramukaan dimanapun dan kapanpun.



Gambar 1.2 *Traffic Analytic website Pramuka.Id*. Diakses pada 26 April 2022. <https://www.semrush.com/analytics/traffic/overview/pramuka.id>

Hasil data observasi yang dilakukan pada *Website* terlihat *Traffic* Pramuka.Id mengalami peningkatan 76,52% selama tiga bulan terakhir. *Website* ini menjangkau sekitar 550,87% dengan Jumlah anggota pramuka sebanyak 50,4 Juta pada tahun 2022. Data ini diambil untuk membuktikan bahwa aktivitas *Digital Public Relations*, sangat mendukung Publikasi Kepramukaan. *Website Pramuka.Id* menghubungkan masyarakat yang ingin mengetahui informasi Kepramukaan, sebagai alat komunikasi yang efektif. Pusat Informasi Kwartir Nasional memang bukan organisasi yang pertama memanfaatkan media baru ini ada banyak lembaga dan organisasi yang juga memanfaatkan media baru untuk publikasi, maka dari itu Pusat Informasi Kwartir Nasional harus mampu bersaing dalam Aktivitas *Digital Public Relations* dengan merespon isu lebih dini sehingga mencegah terjadinya penyebaran berita hoaks.

Peneliti tertarik untuk menjadikan Aktivitas *Digital Public Relations* pada *website Pramuka.Id* sebagai objek penelitian karena sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, hal ini membawa dampak pada aktivitas kehumasan khususnya pada Pusat Informasi Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, yang melakukan transformasi media dari konvensional menuju digital. Keunikan

selanjutnya dilihat bahwa rubik konten yang disediakan pada laman *website* sangat menarik untuk dibaca karena berisikan informasi seperti cara bertahan hidup dialam sesuai dengan ajaran Bapak Pandu dunia, lagu-lagu pramuka ciptaan anak bangsa di seluruh Indonesia, dan konten-konten menarik lainnya sesuai dengan isi SKU Siaga sampai tingkat Pandega. Konten-konten tersebut bukan hanya dapat diakses oleh para anggota Pramuka, tetapi juga oleh guru-guru disekolah yang esok hari akan membina anggota pramuka disekolah-sekolahnya.

Masyarakat non pramuka bebas untuk mengakses *website* Pramuka.Id untuk mencari informasi yang berhubungan dengan kepramukaan tanpa dibatasi oleh ruang, waktu, biaya, dan jarak, ini menjadi inovasi baru yang dapat membantu Humas khususnya Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam menyebarkan pesan dan informasi kepada seluruh anggota pramuka, orang tua peserta didik, dan masyarakat luas dengan efektif dan efisien. Komunikasi yang dilakukan oleh Pusat Informasi terhadap perkembangan *website* Pramuka.Id menjadi salah satu yang membuat peneliti ingin tahu lebih dalam bagaimana prosesnya, karena dapat diketahui juga bahwa tidak seluruh Daerah di Indonesia yang mempunyai akses Internet secepat daerah- daerah kota besar.

Penyimpanan database dan pengelolaan konten melalui *website* juga menjadi hal yang sangat menarik, permasalahan-permasalahan yang menjadi kendala IT Support dalam pengoprasian web, pemilihan konten, dan pelayanan informasi kepada publik perihal konten yang tersebar pada *website* Pramuka.Id

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk baru dari aktivitas Kehumasaan pada era teknologi komunikasi dan informasi dalam sebuah

organisasi mendatangkan hal baik bagi sebuah organisasi atau lembaga, maka dari itu perlu dilakukannya peningkatan skill sumber daya dan *website* untuk pembuatan-pembuatan konten penunjang penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Konvergensi media yang terjadi menuntut praktisi *public relations* untuk dapat menyesuaikan dan bertahan dengan adanya kehadiran media baru digital.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan Penjelasan mengenai latar belakang penelitian penulis memfokuskan *bagaimana Aktivitas Digital Public Relations melalui Website Pramuka.Id*. Agar penelitian ini lebih terfokus pada pembahasannya berikut pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana sistem *Computing* dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id ?
- b. Bagaimana proses *Communication* Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id?
- c. Bagaimana pembuatan *Content* yang di lakukan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini untuk menyajikan hasil data kualitatif melalui penelitian dengan menggunakan metode studi deskriptif pada **Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *Website Pramuka.Id***. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan sistem *Computing* dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website Pramuka.Id*
- b. Untuk mendeskripsikan proses *Communication* Pusat Informasi dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website Pramuka.Id*
- c. Untuk mendeskripsikan pembuatan *Content* yang di lakukan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Public Relations* melalui *website Pramuka.Id*

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Akademis

- a. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dibuat agar mahasiswa Ilmu Komunikasi Humas mengetahui dan memahami bagaimana Aktivitas Digital *Public Relations* dalam dunia kerja, selain itu ilmu baru ini dapat menjadi pembelajaran baru yang berguna bagi kebutuhan sehari-hari. Dunia modern semakin maju teknologi berupa *website* terus berkembang dan memerlukan banyak sekali pekerja yang ahli dibidang ini.

- b. Kegunaan Penelitian bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini membuat peneliti mendapatkan skill baru, pengalaman baru, wawasan dalam sudut pandang berbeda, dan relasi yang luas dalam bidang digital *public relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

a. Kegunaan Penelitian bagi Lembaga.

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi organisasi, untuk menjadi lebih baik dan meningkat isi konten dalam segi aktivitas digital *public relations*.

b. Kegunaan Penelitian bagi Praktisi Humas

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai kajian lebih lanjut mengenai pemanfaatan konvergensi media digital yang mengambil konsep 3C (*computing, communication, and content*) yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan sebuah produk *Public Relations* seperti *press release*.

c. Kegunaan Peneliti bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan refrenshi ketika akan melakukan penelitian yang sama dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru, mengenai aktivitas digital *public relations*.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini membahas mengenai Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.id. Peneliti mengumpulkan penelitian terdahulu dari skripsi dan jurnal yang memiliki relevansi sebagai acuan dan pembanding yang memadai sehingga dapat membuktikan keaslian penelitian ini, menggunakan metode kualitatif dan studi deskripsi.

Peneliti menghargai setiap perbedaan serta berbagai perspektif hasil karya penulis. Jika terjadi kesesuaian maupun divergensi merupakan suatu hal yang dapat dimaklumi dan diharapkan dapat saling menyempurnakan untuk peneliti selanjutnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nasution, Yusuf Efendi, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2018. Penelitian ini diambil dari Skripsi yang berjudul “Pengelolaan Digital Public Relations Rumah Sakit ‘JIH’ Yogyakarta Tahun 2017”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat transformasi perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat mengharuskan bagi profesional PR untuk memulai menerapkan digital PR dalam komunikasi organisasinya. Peneliti menganalisis bagaimana proses pengelolaan digital public relation didalam salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan digital PR yang dilaksanakan Rumah Sakit ‘JIH’ pada tahun 2017 mengalami transisi perubahan yang awalnya singkat dan spontan menjadi lebih panjang dan bertema semenjak bekerjasama dengan pihak konsultan Agensi RWE. Rancangan pesan digital PR berdaarkan kalender medis kemudian ditinjau oleh pihak layanan medis untuk menyesuaikan dengan istilah media, setelah dituangkan oleh editor, lalu melakukan evaluasi yang dilakukan berdasarkan analisis media sosial yang memperoleh target dan capaian capaian pelaksanaan digital PR menggunakan metode studi deskripsi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Meranti, Irwansyah. Pasca Sarjanah Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.Tahun 2019. Penelitian ini

diambil dari Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol.7 No.1, Jun 2018:27-36 berjudul “ Kajian Humas Digital : Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratejik Kehumasaan.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis startegi hubungan masyarakat yang mengusung strategi digitalisasi dan mobilisasi. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimana industri hubungan masyarakat saat ini telah banyak melakukan adaptasi pada sejumlah target yang mengutamakan efesiensi pendanaan, mobilisasi tinggi, dan target pencapaian yang lebih besar, menggunakan metode kajian kepustakaan, lalu dikemukakan secara deskriptif untuk menganalisis strategi humas.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi Rindiantika, Hernawati Rizaa. Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Universitas Islam Bandung Tahun .2019. Penelitian ini diambil dari Jurnal Komunikasi Vol 5, No.2, yang berjudul “ Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Pemerintah Kota Bandung memiliki komitmen yang kuat dalam meningkatkan kualitas pelayanan komunikasi, melalui peran Humas Bandung dalam menerapkan digital PR dengan memanfaatkan Instagram sebagai media informasi dan publikasi seputar kegiatan penyelenggaraan pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana proses perencanaan komunikasi yang dilakukan Humas Bandung dalam memanfaatkan akun Instagram @humasbdg yang telah terlaksana sesuai

dengan rencana yang menunjang komponen kegiatan, yakni: rapat rutin, koordinasi, persetujuan, pelaksanaan dan monitoring, dan evaluasi, bagaimana Humas Bandung memiliki tujuan branding, menjalin hubungan dengan publik untuk meningkatkan citra dan meraih reputasi yang baik. Memikirkan dan menggunakan sebuah konsep feed akun Instagram @humasbdg dengan memberikan ciri khas pada setiap postingan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Mboeik Carolin, dkk. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nusa Cendana, Kupang. Tahun 2020. Penelitian ini diambil dari Jurnal Politikom Indonesia Vol 5, No 2 berjudul ‘’ Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT.PLN (Persero) UIW NTT.’’ Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai kelistrikan, membangun relasi yang berkaitan dengan PLN NTT dan masyarakat, sekaligus meningkatkan citra positif perusahaan yang kurang sesuai dengan yang diharapkan akibat pemadaman listrik yang beberapa kali terjadi. Peneliti ini menggunakan teori New Media yang mempunyai konsep penting seperti digital PR an citra perusahaan. Hasil dari Penelitian adalah perusahaan ini adalah menunjukkan bagaimana Humas PLN NTT dalam mengelola interaksi atau komunikasi dua arah dengan masyarakat. Digital PR PLN NTT juga menjalankan banyak peran, diantaranya peran informatif dan edukatif untuk menjawab ambiguitas dalam kelompok-kelompok masyarakat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Syafaat, Muhammad. Wahyudin, Delmia. London School of Public Relations, Jakarta. Tahun 2020. Penelitian ini

diambil dari Skripsi yang berjudul “Analisis Implementasi Public Relations Pada Konten Instagram @alumniuniversal”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana penerapan strategi yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga dan membangun reputasi perusahaan melalui konten digital yang ditampilkan. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif interpretative. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Digital Public Relations pada akun Instagram @alumiuniversal sudah sangat terukur hal ini dibuktikan dengan teori yang digunakan dan kuatnya elemen transparansi dan *richness in content* dalam setiap postingan mereka.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Relevansi
1	Merianti, Irwansyah. Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia. Tahun 2019	Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi : Kajian Humas Digital Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratejik Kehumasaan.	Kajian Kepustakaa n yang dikemuk an secara deskriptif untuk menganalis is strategi Humas.	Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimana industri hubungan masyarakat saat ini telah banyak melakukan adaptasi pada sejumlah target yang mengutamaka	penelitian ini bertujuan untuk mendiskusikan strategi kehumasaan yang semakin koplek setelah mengalami transformasi seiring memasuki era industri 4.0. sedangkan penelitian yang penulis tulis bertujuan untuk	Persamaan dari penelitian ini sama sama membahas tentang Digital Public Relation dengan mengguna kan metode Deskriptif.

				n efisiensi pendanaan, mobilisasi tinggi, dan target yang lebih besar.	melihat <i>Computing,</i> <i>Communicatio</i> <i>n, Content</i> dari Aktivitas Digital Public relations untuk Publikasi Kepramukaan.	
2	Yusuf Efendi Nasution, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiya h Yogyakarta tahun 2018.	Skripsi Pengelolaan Digital Public Relations Rumah Sakit 'JIH' Yogyakarta Tahun 2017'	Studi Deskriptif	penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan digital PR yang dilaksanakan Rumah Sakit 'JIH' pada tahun 2017 mengalami transisi perubahan yang awalnya singkat dan spontan menjadi lebih panjang dan bertema semenjak bekerjasama dengan pihak	Penelitian ini bertujuan untuk melihat transformasi perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat mengharuskan bagi profesional PR untuk memulai menerapkan digital PR dalam komunikasi organisasinya. Sedangkan penelitian yang akan diteliti memmbahas tentang	Persamaan dari peneliti adalah sama sama membahas Digital PR.

				<p>konsultan Agensi RWE</p>	<p>bagaimana seorang PR dalam memanfaatkan dan mengelola website untuk mempublikasikan an Kepramukaan. Objek yang diambil juga berbeda jika peneliti sebelumnya mengambil objek di Rumah Sakit, peneliti akan mengambil objek di Kwartir Nasional.</p>	
3	<p>Rinaldi Rindiantika, Hernawati Rizaa. Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Universitas Islam Bandung</p>	<p>Jurnal Komunikasi Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi</p>	<p>metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana proses perencanaan komunikasi yang dilakukan</p>	<p>Perbedaannya adalah dari segi objek yang diambil dan pendekatan. Teori yang diambil oleh peneliti adalah Konvergensi</p>	<p>Penelitian ini sama sama melakukan penelitian tentang Aktivitas digital PR dan</p>

	Tahun .2019.			<p>Humas Bandung dalam memanfaatkan akun Instagram @humasbdg yang telah terlaksana sesuai dengan rencana yang menunjang komponen kegiatan, yakni : rapat rutin, koordinasi, persetujuan, pelaksanaan dan monitoring, dan evaluasi, bagaimana</p> <p>Humas Bandung memiliki tujuan branding, menjalin hubungan dengan publik</p>	<p>Media yang mana dalam teori tersebut tersusun istila 3 C.</p>	<p>mengambil metode yang sama.</p>
--	--------------	--	--	---	--	------------------------------------

				<p>untuk meningkatkan citra dan meraih reputasi yang baik.</p> <p>Memikirkan dan menggunakan sebuah konsep feed akun Instagram @humasbdg dengan memberikan ciri khas pada setiap postingan.</p>		
4	<p>Mboeik Carolin, dkk. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nusa Cendana, Kupang. Tahun 2020.</p>	<p>Jurnal Politikom Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT.</p>	<p>Perusahaan ini adalah menunjukkan an Kualitatif dan menggunakan teori <i>New Media</i>.</p>	<p>bagaimana Humas PLN NTT dalam mengelola interaksi atau komunikasi dua arah dengan masyarakat. Digital PR PLN NTT juga</p>	<p>Perbedaan penelitian ini adalah dalam segi objek, yang mengambil tempat di PLN NTT untuk menginformasikan tentang padam listrik yang sedang</p>	<p>Persamaan Penelitian yaitu dalam segi penerapan digital Public Relations untuk memenuhi kebutuhan informasi</p>

				menjalankan banyak peran, diantaranya peran informatif dan edukatif untuk menjawab ambiguitas dalam kelompok-kelompok masyarakat.	terjadi. Isu yang beredar ditengah masyarakat mengenai citra buruk sebuah organisasi Pramuka akibat oknum mengantarkan peneliti untuk melakukan peneliti dengan objek website Kwartir Nasional yaitu Pramuka.id	publik, sekaligus meningkatkan citra sebuah organisasi dan perusahaan.
5	Syafaat, Muhammad. Wahyudin, Delmia.. London School of Public Relations, Jakarta. Tahun 2020.	Skripsi. Analisis Implementasi Public Relations Pada Konten Instagram @alumniuniversal	Metode yang digunakan adalah Kualitatif Interpretive	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Digital Public Relations pada akun Instagram @alumniuniversal sudah sangat terukur hal ini dibuktikan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan strategi yang dilakukan untuk membangun perusahaan dengan memanfaatkan insutrumen pasar melalui	Sama-sama mengangkat tema digital dan mengambil metode penelitian kualitatif dengan mengutamakan fokus terhadap Humas

				dengan teori yang digunakan dan kuatnya elemen transparency dan richness in content dalam setiap postingan mereka.	konten digital di media sosial Instagram. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan melakukan penelitian untuk melihat seberapa besar impact dari sebuah digitalisasi terhadap Public Relations untuk kepramukaan melalui website Pramuka.id.	online untuk suatu lembaga atau organisasi.
--	--	--	--	--	--	---

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan kajian kepustakaan yang dikemukakan secara deskriptif untuk menganalisis suatu objek, dan pendekatan studi deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan metode *interpretive*, dengan pendekatan kualitatif. Objek yang diteliti adalah *Website Pramuka.id*, dan terjun langsung ke lapangan untuk melihat bagaimana proses Aktivitas Digital *Public Relations* yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional. Penelitian ini melihat

bagaimana Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam *Computing, communication, dan content* melalui *website Pramuka.id*

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Sejak tahun 2006 media Indonesia sedang gencar melakukan konvergensi ke media sosial. Hal ini tentu berdampak bagi praktisi Kehumasaan, adanya perubahan perilaku masyarakat yang semakin digital menjadi faktor mendorong terjadinya konvergensi, dalam hitungan menit masyarakat dapat mengakses berbagai media sosial.

Konvergensi Media yang pertama kali diperkenalkan oleh Henry Jefkins pada tahun 2006, banyak pemahaman mengenai istilah *Digital Public Relations* yang digunakan namun tetap merujuk pada pemahaman mengenai *Digital Public Relations*, seperti *New Media* (Media Baru). Brigg (2006:362) menyebutkan bahwa konvergensi merujuk pada sebuah perkawinan antara komputer dan telekomunikasi yang dilanjutkan dengan bersatunya industri media dan telekomunikasi. Konvergensi media merupakan fenomena yang melibatkan interkoneksi teknologi dan informasi menyatukan konsep ‘Tiga C’ *Computing, Communication, dan Content* . Tiga C merupakan konsekuensi langsung dari digitalisasi konten media sekaligus mempopulerkan internet.

Teori ini relevan dan cocok digunakan untuk penelitian karena mengangkat sebuah *website* yang merupakan media baru. *Public Relations* juga mengalami Konvergensi Media pada tahun 60-an *Public Relations* membuat sebuah *press release* dan berita menggunakan cara manual yang hasilnya

dikirimkan kepada media-media konvensional melalui kantor pos, dengan berkembangnya teknologi berupa internet seorang *Public Relations* bisa langsung mengirimkan *press release* melalui *website official* yang dapat diakses oleh wartawan untuk dijadikan sebuah berita, hal ini menghemat waktu dengan cepat, mudah, dan murah.

1.6.2 Landasan Konseptual

1.6.2.1 Aktivitas *Public Relations*

Aktivitas *Public Relations* merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu humas dalam sebuah kegiatan organisasi atau lembaga. Kegiatan untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan organisasi yang direncanakan, dirumuskan tujuannya, ditentukan programnya, dan dinilai keberhasilannya. Organisasi menggunakan beberapa kegiatan dan alat untuk berhubungan dengan masyarakat memberikan pesan positif terhadap organisasi dan memberikan produk beserta layanan. Menurut Crystallizing Aktivitas *Public Relations* merupakan suatu proses interaksi dimana seorang PR membentuk atau menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Tujuannya untuk menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya dan citra yang baik dipubliknya.

1.6.2.2 Digital *Public Relations*

Digital *Public Relations* merupakan media komunitas yang mengalami perkembangan pada abad ke 21, sebelum munculnya media digital atau biasa dikenal dengan media baru, terdapat beberapa jenis media lain, seperti media tradisional dan konvensional. Whatmough (2019) Digital berasal dari bahasa

Yunani yakni ‘*digistus*’ yang berarti jari jemari. Digital merupakan gambaran dari sebuah bilangan *binner* atau yang dikenal dengan istilah *bit*.

Media digital dapat digunakan pada perangkat elektronik digital seperti digital video, digital audio mp3 dan mp4, situs web, media sosial, dan e-book. Digital merupakan bagian dari media baru yang berkaitan dengan perkembangan teknologi digital dan *wireless* dengan menggunakan mesin atau jaringan fisik yang statis. Hal ini menjadi dua sisi berbeda untuk para praktisi Humas, dimana ada banyak jenis *platfrom* yang dapat digunakan untuk menjangkau audiens, tetapi memiliki risiko juga dalam membuat sebuah strategi yang jauh lebih ekspresif.

Professional PR dapat menjangkau khalayak dengan menghubungkan publik dapat menggunakan cara baru melalui media sosial menjadi dua arah. Contohnya pada saat seorang PR melakukan kampanye, humas tidak lagi memikirkan apakah publik peduli dengan apa yang dikeluarkan oleh organisasi melainkan bagaimana publik menerima kampanye tersebut. Munculnya Digital *Public Relations* menciptakan bentuk komunikasi baru, bagi seluruh publik baik internal maupun eksternal. Kreatifitas dan pemahaman praktisi PR dalam memanfaatkan digitalisasi ini tentunya akan membawa keuntungan bagi suatu organisasi. Kwartir Nasional telah memanfaatkan *website* sejak tahun 2012. Aktivitas digital *public relations* mengubah prespektif dan cara pandang dalam menghadapi media baru, dengan inovasi ini memudahkan publik dalam mengunduh serta mengakses *website* tanpa ada batas ruang dan waktu.

1.6.2.3 PR *Online*

Humas online merupakan kegiatan kehumasaan dan pemasaran melalui media internet dalam bertujuan untuk membangun kepercayaan, pemahaman, dan citra suatu organisasi kepada publik dan dapat dilakukan secara *one the one communication* yang bersifat interaktif. Sasaran yang digunakan oleh praktisi Humas dalam pekerjaannya dengan tujuan publikasi yang luas agar *image* dan kegiatan suatu organisasi dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Humas semakin berkembang dengan maju dan telah diaplikasikan dalam berbagai bentuk. Suatu informasi ditulis dan dimaksimalkan dengan kata kunci yang berhubungan dengan suatu kegiatan, selanjutnya informasi tersebut dimasukkan kedalam *website* yang hasilnya akan dimuat dalam mesin pencarian.

1.6.2.4 *Website*

Website merupakan kumpulan halaman dalam suatu domain yang berisi informasi yang dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui mesin pencarian (SEO). Informasi yang terdapat pada situs web biasanya mencakup gambar, ilustrasi, video, dan konten tekstual untuk berbagai tujuan. Menurut Sibero (2013:11) Website merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen berbentuk media yang dapat menampilkan teks, gambar, multimedia, dan jaringan internet.

Dunia teknologi yang berkembang secara pesat memerlukan suatu jaringan yang dapat mempermudah serta mempercepat penyampaian informasi secara luas, mudah, dan cepat untuk diakses melalui *internet*, sebuah website dapat diakses melalui halaman utama (*homepage*) menggunakan *browser*

dengan menuliskan URL yang tepat. Pramuka.id yang merupakan *website* resmi Kwartir Nasional mempunyai fungsi dan peran penting karena sebagai sarana untuk menyampaikan informasi terbaru dan menarik untuk dibaca oleh publik.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

Berikut langkah-langkah penelitian yang dilakukan:

1.7.1 Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil dua lokasi penelitian yang pertama penelitian berada di Kantor Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, Gambir Jakarta Pusat yang kedua Taman Wiladatika Cibubur. Pemilihan lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa informan yang berperan penting dalam *website* Pramuka.Id berada di Kantor Kwartir Nasional dan Taman Wiladatika sebagai lokasi kegiatan pramuka.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1.7.2.1 Paradigma

Paradigma Konstruktivisme melihat bahwa pengetahuan itu tidak hanya bermula pada hasil pengalaman yang realistik, melainkan hasil dari konstruksi pemikiran yang diteliti oleh subjek. Hal ini menandakan bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tetapi juga hasil sebuah peristiwa yang mendalam. Khairani & Wan Rajib (2019:5) berpendapat bahwa konstruktivisme merupakan sebuah pemahaman yang mendasar dari para ilmuan mengenai penyebab terjadinya sebuah permasalahan yang harus dipelajari oleh salah satu disiplin ilmu. Paradigma membantu menafsirkan hal

apa, permasalahan apa, serta bagaimana cara menyelesaikannya menurut aturan yang berlaku dalam mencari solusi dari permasalahan tersebut.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena pola pikir yang digunakan dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan pada Aktivitas Digital *Public Relations* melalui Website Pramuka.id berdasarkan sudut pandang *profesionalisme* Pusat Informasi Kwartir Nasional.

1.7.2.2 Pendekatan

Paradigma Konstruktivisme merupakan paradigma dalam komunikasi yang menggap bahwa realitas sosial bersifat relative. Pada kenyataanya realitas sosial tidak bisa berdiri sendiri tanpa peran dari inividu, baik diluar maupun didalam realitas itu sendiri. Creswell (2016:19) proses penelitian kualitatif didasari pada tradisi penelitian untuk memahami metode khas meneliti suatu masalah. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan melakukan penelitian dalam settingan alamiah.

Realitas masyarakat tidak lebih dari konstruksi sosial untuk posisi manusia, paradigma interpretatif memandang manusia sebagai makhluk yang sadar dan bersifat intensional dalam bertindak. Peneliti menggunakan pendekatan ini karena dapat berinteraksi langsung dengan subjek di lapangan, proses penelitian berlangsung secara sirkulus (tidak linier).

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menjawab masalah atau rumusan masalah. Prosedur ini terkait dengan

seluruh kegiatan penelitian dari awal hingga terpecahkannya masalah penelitian, baik dalam hal perencanaan, pelaksanaan, maupun pengambilan kesimpulan.

Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Whitney dalam Nazir (2003), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, mempelajari mengenai masalah, tata cara, hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses dari suatu fenomena. Penelitian deskriptif penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah berdasarkan data, penyajian data, analisis data, dan interpretasi yang bersifat komperatif dan korelatif. Penelitian yang menggunakan metode deskriptif merupakan gambaran suatu fenomena yang terjadi pada saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Data kualitatif merupakan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun jenis data yang dideskripsikan dan diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan Sistem *Computing* dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id
- b. Untuk Mendeskripsikan proses *Communication* Pusat Informasi dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id
- c. Untuk Mendeskripsikan pembuatan *Content* yang di lakukan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Public Relations* melalui *website* Pramuka.Id

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Sumber data primer yang mana sumber data primer ini merupakan sumber data yang didapatkan langsung dari sumbernya, yaitu Pusat Informasi Kwartir Nasional Gerakan Pramuka yang bertanggung jawab dalam Aktivitas Digital *Public Relation* Melalui *Website* Pramuka.id.
- b. Sumber data sekunder dimanfaatkan sebagai data pelengkap jawaban dari sumber data primer atau dalam artian sebagai penunjang dari data primer yang nantinya akan memperkuat jawaban dan semakin berkualitas. Data sekunder disini diambil *webiste* pramuka.id.

1.7.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Peneliti menentukan sebanyak tiga orang informan untuk diwawancarai mengenai implementasi Digital PR Kwartir Nasional. Adapun informan yang akan diwawancarai oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Wakil ketua Komisi Kehumasaan dan Kominfo Kwartir Nasional yang bertanggung jawab dalam pengawasan Humas dan Pusat informasi, alasannya menurut peneliti hal ini dianggap sudah memahami tugas, fungsi, alur, dan segala permasalahan mengenai Sejarah berdirinya Pusat Informasi, visi, misi, fungsi, dan tujuan.
2. Ketua Pusat Informasi yang mengawasi dan mengkomunikasikan segala bentuk Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *website* Pramuka.id

3. Tim Konten Kreator dan Sub IT, yang bertanggung jawab dalam *computing*, pengelolaan, dan pembuatan konten *website* Pramuka.id.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, sebagai berikut:

1. Observasi Partisipasi Pasif

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari mengamati sebagai sumber data penelitian. Susan Stainback dalam Sugiyono (2006) menyatakan dalam sebuah observasi partisipan, peneliti mengamati apa yang dilakukan, mendengarkan apa yang dikatakan, dan berpartisipasi dalam aktivitas. Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi partisipasi pasif, peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan proses tanya jawab yang bertujuan untuk bertukar informasi yang nantinya akan menghasilkan makna mengenai topik tertentu. Proses yang biasanya digunakan oleh peneliti biasanya dengan cara tatap muka atau menggunakan media daring. Mulyana (180:2008) Wawancara mendalam biasa dikenal dengan wawancara tidak terstruktur metode ini mempunyai tujuan agar mendapatkan informasi sesuai dengan latar belakang yang dimiliki informan. Peneliti menggunakan teknik

Wawancara ini karena bersifat *fleksibel* disesuaikan dengan kondisi dan situasi pada saat wawancara.

3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seorang dengan bentuk tulisannya. Louis(1986:38) menyebutkan bahwa dokumen seringkali digunakan sebagai sumber informasi sejarah. Dokumentasi peneliti mengumpulkan data mengenai aktivitas digital *public relations* yang dilakukan Humas Kwartir Nasional dan pusinfo yang bisa dijadikan bahan untuk diteliti.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam mengelola suatu data untuk dijadikan sebagai informasi dalam suatu penelitian, penganalisisan data perlu dilakukan agar mudah dipahami, hal ini sangat membantu peneliti dalam memperoleh solusi terhadap permasalahan dari penelitian yang sedang dilaksanakan. Creswell (2015,p.277) dalam analisis data penelitian kualitatif dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data untuk dianalisis, kemudian mereduksi data. Peneliti ini penulis menggunakan tiga analisis data dalam studi Deskriptif. Berikut langkah-langkah nya menurut Creswell:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses seleksi data yang fokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang muncul dilapangan. Menurut (Sugiyono,2007:245) mengatakan bahwa Reduksi data

proses pemilihan data yang dianggap penting untuk kebutuhan penelitian, peneliti melakukan analisis mendalam mengenai hasil penelitian dengan mengelompokkan, menyimpulkan, dan fokus pada data yang ditemukan. Peneliti melakukan pengamatan data yang berkaitan dengan *Digital Publik Relations* melalui *Website Pramuka.id* Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, selanjutnya dengan melakukan analisis hasil wawancara, menafsirkan, serta menghubungkan dengan teori yang relevan berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan susunan dari beberapa informasi secara sistematis hal ini bertujuan agar peneliti muah memahami dan dapat mengambil kesimpulan yang tepat berupa penyajian narasi, matritis, dan grafis.

3. Verifikasi

Teknik analisis data yang mengambil keputusan atau verifikasi dilakukan peneliti berdasarkan pada reduksi data serta penyajian data yang dilakukan sebelumnya. Pada penelitian kualitatif, penelitian membuat kesimpulan berupa solusi dari permasalahan yang sedang dikaji temuan baru ini berbentuk interaktif, hipotesis, dan teori dalam bentuk deskripsi yang disempurnakan oleh peneliti.

1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Tahap Ke-1 : Penyusunan Proposal Penelitian									
	Pengumpulan Data Pra-Penelitian									
	Penyusunan Proposal Penelitian									
	Bimbingan Proposal Penelitian									
	Revisi Proposal Penelitian									
2	Tahap Ke-2 Seminar Usul Proposal Penelitian									
	Sup									
	Revisi Sup									
3	Tahap Ke-3 Penyusunan Skripsi dan Pelaksanaan Penelitian									
	Bimbingan Skripsi									
	Pelaksanaan Penelitian									
	Olah data Penelitian									
	Penyusunan Skripsi									
	Bimbingan Skripsi									
4	Tahap Ke-4 Sidang Skripsi									
	Bimbingan akhir Skripsi									
	Sidang Skripsi									



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG