

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Website merupakan alat komunikasi berbasis informasi yang dapat diakses secara bebas melalui pendekatan *hypertext* yang digunakan sebagai sarana medium *service* atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik dari berbagai kalangan, sehingga dapat memberikan banyak keuntungan serta membantu kesulitan dalam menyampaikan informasi dan dapat menyediakan gambaran yang lengkap tentang kegiatan dari suatu lembaga termasuk jenis layanan dan potensi mengenai lembaga yang bersangkutan.

Website menjadi sangat penting bagi *public relations* sebuah lembaga untuk membangun, mempertahankan dan menjaga citra, maka sudah seharusnya *public relations modern* mempunyai divisi *cyber public relations* untuk mengelola sistem informasi dan komunikasi melalui *website* lembaga.

Cyber Public Relations adalah inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Aktivitas *Cyber Public Relations* berfokus pada interaksi organisasi dan publiknya. Implementasi *Cyber Public Relations* dimaknai sebagai implementasi program *Public Relations* dengan memanfaatkan media online untuk berkomunikasi dengan publik, *Cyber Public Relations* menjadi sebuah kegiatan populer yang banyak di gunakan oleh perusahaan atau lembaga dalam melakukan pendekatan dengan publiknya. (Onggo (2004:14)).

Cyber Public Relations memberikan keuntungan dibandingkan kegiatan *Public Relations* dengan menggunakan media konvensional, keuntungan tersebut diantaranya; 1. Dapat membangun hubungan yang kuat antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya karena komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi dua arah. 2. Hemat biaya karena internet

jauh lebih murah dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk pembuatan iklan baik surat kabar atau pun televisi.

Kelebihan lain dari *Cyber Public Relations* yaitu diantaranya; 1. Komunikasi konstan, 2. Internet bekerja 24 jam, 3. Sangat berpotensi dengan target publik seluruh dunia, 4. Respon cepat, dan 5. Interaksi dan komunikasi dua arah.

Manfaat *Cyber Public Relations* bagi suatu lembaga diantaranya adalah sebagai media komunikasi yang dapat memupuk hubungan positif dengan publiknya serta untuk membangun reputasi atau citra dari suatu lembaga, oleh karena itu setiap lembaga yang mengimplementasikan *Cyber Public Relations*, salah satunya menggunakan *website* sebagai alat komunikasinya, maka lembaga tersebut akan mempunyai citra positif, peningkatan citra yang positif dari suatu lembaga dan dikenal baik oleh publik merupakan salah satu dalam ruang lingkup kerja *Public Relations*. (Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16))

Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Ruslan (2010:16))

Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu lembaga yang telah menggunakan *website* guna meningkatkan citra positif baik di mata publik maupun dikalangan pemerintahan pusat maupun daerah, oleh karena itu lembaga dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas dan

mengembangkan sistem informasi dan komunikasi melalui *website* agar dapat membentuk citra yang positif.

Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat menggunakan *Official Website* sebagai sarana komunikasi dan informasi, pengelolaan *website* di lakukan oleh staf humas yang aktif memberikan informasi seperti berita kegiatan internal dan kegiatan eksternal, kebijakan lembaga dan informasi lengkap tentang Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat, Staff Humas selalu memberikan 3 sampai 5 postingan di *website* dan selalu *update* memberikan informasi tentang pertanian maupun kedinasan, ini bertujuan untuk memberikan informasi secepat dan sebaik mungkin agar kegiatan informasi dan komunikasi tetap aktif.

Konten *website* setiap tahun nya selalu memberikan inovasi dan pengembangan barunya, untuk tahun ini *website* Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat memiliki pembaharuan informasi yang tersedia di website yakni pergantian nama *website*, adanya penambahan link terkait di artikel, link langsung ke berbagai media sosial (*twitter, facebook, email, youtube*) dengan menampilkan media sosial tersebut, penambahan info cuaca, menu utama di headline yang dapat terus berjalan, pemisahan berita antara berita update dengan berita internal, *e-kronik*, menu atau toolbar keluar ketika tersentuh, penambahan poling untuk kepuasan pembaca atau netizen dan masih banyak lagi penambahan website www.distan.jabarprov.go.id pada tahun ini.

Konten lain yang di posting oleh staff Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat melalui website setiap hari nya yakni berita. Berita yang di posting dalam website mengambil melalui koran cetak, baik itu

berita mengenai pertanian maupun pemerintahan. Dokumentasi dari setiap acara yang dilakukan oleh Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat pun selalu di posting dalam *website* dan media sosial lainnya.

Kerja keras tim Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam mengelola *website* telah memperoleh penghargaan juara 1 lomba website kategori SKPD lingkup pertanian provinsi 4 tahun berturut-turut. Pada tahun 2015 Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat mendapatkan penghargaan juara 2 perlombaan website tingkat Nasional.

Dari uraian yang telah peneliti ungkapkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

“Pengelolaan Informasi Melalui *Website* Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat (Studi Deskriptif Pada Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat)”



B. Fokus Kajian Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka fokus kajian dalam penelitian ini adalah penelaahan lebih jauh tentang pengelolaan informasi dan komunikasi *website* yang dibangun oleh staf humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Pertanyaan penelitian digunakan oleh peneliti sebagai pedoman agar fokus penelitian terarah dan peneliti mempunyai pedoman dalam melakukan penelitian. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti bersifat terbuka sehingga wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan staf humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dan karyawan lainnya merupakan wawancara mendalam secara formal dan informal. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses *Planning* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*?
2. Bagaimana proses *Organizing* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*?
3. Bagaimana proses *Actuating* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*?
4. Bagaimana proses *Controlling* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini meliputi:

1. Agar mengetahui proses *Planning* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*.
2. Agar mengetahui proses *Organizing* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*.
3. Agar mengetahui proses *Actuating* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*.
4. Agar mengetahui proses *Controlling* yang di lakukan staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website*.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbanga informasi yang factual bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang didasarkan pada studi kasus serta dapat menggambarkan tentang Pengelolaan Informasi Melalui Website. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *Public Relations Online* dan *Public Relations Writing* yang berbasis pada pendekatan studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperhatikan fungsi dan peran *public relations* sebagai profesi dalam menjalin hubungan – hubungan dengan publik internal dan eksternal, untuk menciptakan, meningkatkan, mempertahankan dan memperbaiki citra perusahaan/instansi.

3. Kegunaan Akademik

Sebagai masukan dan informasi bagi para peneliti dan pembaca dalam hal pengembangan penelitian yang akan datang, serta diharapkan sebagai penambah pengetahuan baik bagi jurusan dan konsentrasi humas.

F. Penelitian Terdahulu

Deskripsi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti merupakan data penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, sehingga data penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai acuan/ referensi. Berikut ringkasan persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti, sehingga akan terlihat orisinalitas dari penelitian ini. Berikut deskripsi dari hasil penelitian terdahulu:

Penelitian pertama oleh Anisa Marlina, penelitian ini berjudul Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam Memberikan Informasi melalui *Website*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan Bagian Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Provinsi Jawa Barat dalam memberikan informasi melalui *website*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif metode

deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, sedangkan metode deskriptif adalah menafsirkan dan menuturkan data yang ada kemudian dianalisis, sebagaimana dikemukakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi mendefinisikan deskriptif analisis yaitu “..... Suatu metode yang membahas masalah dengan memaparkan, menafsirkan dan menuliskan suatu keadaan atau peristiwa yang kemudiandianalisis serta mengambil kesimpulan dari masalah yang di bahas. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.” (Rakhmat, 2002: 24).

Setelah melalui proses analisis, wawancara, observasi dan berbagai pembahasan, maka kesimpulan penelitian terhadap “Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam memberikan informasi melalui *website* adalah sebagai berikut: (1) Bagian Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sebagai fasilitator komunikasi Humas bertindak sebagai penyampai pesan untuk membantu pihak instansi dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publik dan wartawan berupa kebutuhan informasi mengenai seni, budaya dan pariwisata melalui *website* Setiap kegiatan yang akan dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat kembali disampaikan oleh Humas dengan mengirimkan pesan dan informasi melalui *website*. Penggunaan *website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam penyampaian informasi di kalangan publik

dan wartawan memberikan kepraktisan, dan penghematan dari segi waktu serta biaya untuk menjangkau sasaran sehingga timbul timbale bali yang positif dari publik dan wartawan yang melandasi hubungan baik antara wartawan dengan Humas serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Dengan memanfaatkan fasilitas yang dimiliki yaitu *website*, maka kalangan publik dan wartawan mendapatkan informasi melalui *website* Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi Jawa Barat secara efektif dan efisien. Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat memberikan dalam pemberian informasi melalui *website* kepada public dan wartawan maka dari itu Humas menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi. (2) Bagian Humas bertindak sebagai Teknisi Komunikasi.

Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan *website* dibantu oleh Tim pengelola *website*. Humas melakukan proses pengolahan informasi dengan cara melakukan peliputan berita, pembuatan press release yang diunduh ke dalam *website*, sehingga humas juga bisa disebut wartawan untuk instansinya sendiri. Melalui monitoring oleh tim pengelola *website* dan updating berita secara berkala dalam mengelola *website*, maka bagian humas kurang menjalankan perannya sebagai Teknisi Komunikasi. (3) Peranan Humas sebagai Fasilitator Komunikasi dan Teknisi Komunikasi melalui *website*.

Humas menjadi Fasilitator Komunikasi dengan memberikan informasi kepada publik secara mudah, menimbulkan timbal balik secara positif dan hubungan baik dengan publik melalui terpenuhinya kebutuhan publik akan informasi di bidang seni, budaya, dan pariwisata.

Selain itu, Humas pun menjadi teknisi komunikasi dengan menjadi pengelola *website* dengan melakukan pengontrolan, monitoring dan update berita melalui *website* dalam memenuhi kebutuhan informasi meskipun masih dibantu oleh Tim Pengelola *Website*.

Tabel 1

Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama dan Lembaga	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
1.	Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Dalam Memberikan Informasi melalui <i>Website</i>	Anisa Marlina	Kualitatif	untuk mengetahui peranan Bagian Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam memberikan informasi melalui <i>website</i>	<p>Penelitian ini lebih fokus dalam objek penelitian, ruang lingkup penelitian, focus penelitian, serta tujuan penelitian.</p> <p>Penelitian ini merupakan penelitian yang benar-benar peneliti lakukan sendiri dan hasilnya diperoleh tanpa mengambil proses dan hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.</p>

G. Landasan Pemikiran

1. Website

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

Pada saat ini, internet telah berkembang menjadi sarana komunikasi yang sangat cepat dan efektif, karena internet dijadikan alat pertukaran informasi dan komunikasi secara langsung bagi setiap orang dengan tempat yang berbeda.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju membuat kebutuhan informasi masyarakat menjadi lebih besar. Besarnya kebutuhan akan informasi, membuat perusahaan terdorong untuk memanfaatkan teknologi *website* yang dapat menyampaikan informasi secara cepat dan akurat. Kini semakin maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, maka perusahaan maupun instansi pemerintahan pun mulai menggunakan *website* perusahaan.

Menurut Kenneth Laudon dalam bukunya yang berjudul *Essentials Of Management Information System* (2008:327) definisi Web adalah sebuah sistem dengan standar yang telah disepakati bersama untuk menyimpan, mencari, memformat, dan menampilkan informasi menggunakan arsitektur klien/ server.

Definisi *web* menurut John Vivian (2008:263) *web* adalah struktur kode-kode yang mengizinkan pertukaran bukan hanya antarteks, tetapi juga grafis, video, dan audio. Kode-kode *web* mudah dipahami orang awam, yang bahkan tidak perlu tahu kode itu untuk masuk ke isi web. Dasar-dasar kode *web* diterima secara universal, yang memungkinkan semua orang yang memiliki komputer, modem, dan koneksi internet untuk masuk ke dalam *web* global tak peduli dia berada di mana. Istilah *web* berasal dari sistem hubungan jaringan jutaan komputer menyerupai jejaring laba-laba. Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Web memberikan kemudahan dalam menyatukan keragaman bentuk informasi dalam tipe data teks, audio, video, gambar ataupun data numerik.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; *web site*, *site*) adalah sebutan bagi sekelompok halaman *web* (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *World Wide Web* (WWW) di Internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi "akar" (*root*), yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemahkan menjadi "beranda", "halaman muka"), dan biasanya disimpan dalam server yang sama. Tidak semua situs web dapat diakses dengan gratis. Beberapa situs web memerlukan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan.

Web browser sebagai salah satu fasilitas dalam internet, menampilkan bentuknya dengan berbagai macam informasi kepada *user* atau

penggunanya. *Web* digunakan sebagai medium dengan fasilitas multi media, yang tidak saja memberikan tampilan tulisan/teks ataupun grafis/gambar semata tetapi juga citra bergerak/*video* dan *audio*, bahkan kini *web* dapat digunakan sebagai sarana mengakses televisi, radio ataupun telephone.

Web umumnya dipergunakan sebagai sarana penyampai informasi secara umum, mulai informasi tentang berbagai kategori *human interest*, berita seketika (*straight news*) hingga berita harian (*daily news*). Khusus *web* jenis penyampai berita selalu berubah penampilan dan isi pesannya setiap hari. *Web* ini disebut sebagai “*webcaster*” sebagai sinonim dengan layanan sejenis pada media komunikasi klasik. Pada exposure-nya, isi pesan yang dibawa *web* tidak pernah 23 dibatasi oleh waktu maupun isi pesannya, namun untuk sampai pada massa/khalayak atau penggunanya tergantung kepada keaktifan, ketertarikan dan kebutuhan informasi khalayak atau pengguna tersebut. *Web* dalam *performance*-nya terdiri atas *homepage* dan *sites*.

Homepage merupakan halaman muka dari suatu situs atau *web sites*, yang berisi berbagai menu pilihan atau *icon-icon link* penunjuk berbagai informasi yang ada dalam *web sites* tersebut. Sedangkan *sites* adalah halaman isi atau isi detail informasi dalam *web sites*. *Homepage* digunakan sebagai sarana identitas, *greetings* atau *welcome aboard* dari pemilik (*author*) *web sites* (bisa lembaga atau perorangan). Dalam *homepage* lazim terdapat isi menu (*main menu*) serta *link* atau kaitan dengan *sites-sites* lainnya.

Pada aplikasinya seorang pengguna/*user* ketika membuka suatu *web* untuk mencari informasi tertentu, umumnya tidak langsung menuju pada alamat (*http*) *web* bersangkutan, tetapi memulai dari situs pencari (*search engine*) dahulu. *Search engine* inilah yang digunakan sebagai sarana pencarian situs tertentu melalui fasilitas *query* dan *boelan*. Dari hasil pencarian (*result*) situs *search engine* tersebut (biasanya terdapat berbagai pilihan) barulah *user* memilih salah satu alternatif *web sites* yang diinginkan. Untuk pencarian informasi dari *web sites* yang sudah dikenali atau diketahui alamatnya, maka pengguna akan langsung menuliskan alamat yang sudah dikenali tersebut. Fenomena ini biasanya berlaku pada pencarian informasi berita yang berada pada situs-situs publikasi koran *on line* atau *webcaster* (*detik.com*, *kompas on-line*, dan sebagainya).

Agar *website* organisasi berdaya guna maka perlu dikelola dengan baik. Menurut Louis L Falk dalam bukunya *Creating a Winning Website, The Public Relations Strategist* (2000, 39-40) menyampaikan enam aturan dalam mengelola *web site*:

- a) Setiap *link* yang ditawarkan harus online (*no dead links*)

Semua *link* ketika di-*klik* harus aktif. Karena jikalau tidak aktif akan menjatuhkan kepercayaan publik. Ibarat sebuah artikel surat kabar yang seharusnya bersambung ke halaman lain, tetapi saat dicari tidak ditemukan.

b) Tersedia kontak informasi (*contact information*)

Kontak informasi diperlukan jika pengguna memerlukan informasi yang lebih lanjut. Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh pengguna harus dijawab. jika tidak, *web site* akan dianggap tidak profesional.

c) Penataan penempatan informasi (*placement of information*)

Karena kita membaca dari kiri ke kanan, informasi yang lebih penting seharusnya ditempatkan pada sisi kiri layar untuk memastikan dibaca lebih dahulu oleh pengakses *web site*.

d) Pewarnaan (*use of color*)

Warna berfungsi agar tampilan lebih menarik asal tidak mengganggu upaya membaca informasi. Warna yang digunakan harus memungkinkan isi pesan dalam layar *web site* dapat dengan mudah dibaca.

e) Penggunaan mudah Informasi dalam *web site* harus siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlinks* harus akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *web site* memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya 25 dan melangkah ke level berikutnya (*previous & forward level*). Pengakses juga selalu dapat kembali ke *homepage*.

f) Bertujuan Tujuan *web site* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. Web site biasanya dibagi dalam tiga kategori:

- 1) *Presence model*, digunakan untuk alat promosi
- 2) *Informational model*, dipenuhi dengan beragam materi pesan, termasuk informasi untuk pers

3) *E-commerce model*, didesain untuk menciptakan dan menjaga penjualan.

Penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, lembaga pendidikan, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari *website* ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga.

2. *Cyber PR*

Pelaksanaan kegiatan pemberitaan PR dengan media internet ini disebut dengan e-PR/ *cyber PR*/ virtual PR (Diggs, Barbara dan Brown, 2007:75). Sedangkan pemberitaan melalui media cetak dan elektronik disebut dengan PR konvensional. e-PR (*electronic-Public Relations*) dengan PR konvensional pada dasarnya adalah sama dan hanya berbeda pada media dan cara penerapannya saja. Namun keduanya memiliki karakteristik dan kelebihan serta kekurangan masing-masing yang saling mendukung dan melengkapi. Media yang biasa digunakan untuk melakukan e-PR adalah *website*, email, blog, webcam dan sebagainya. Namun media yang paling utama untuk menginformasikan mengenai seluk-beluk perusahaan adalah *website* perusahaan (*corporate website*).

Corporate website adalah sekelompok halaman web (*web page*) yang merupakan bagian dari suatu nama domain atau subdomain *World Wide Web* (WWW) perusahaan di internet. Karakteristik *corporate website* pada umumnya sama yaitu harus memiliki interaktivitas dan navigasi yang mudah;

tampilan yang simpel dan menarik; informasi yang singkat, padat dan mudah dipahami; tersedia *link* dan selalu diperbaharui (*di-update*). Beberapa karakteristik *corporate website* ini pun dipercaya dapat memberi suatu efek atau dampak tertentu bagi para pengunjungnya baik efek kognitif, afektif ataupun behavioral. Pada efek kognitif biasanya pengaruh berupa pengetahuan pengunjung akan informasi umum perusahaan serta pemahaman akan perusahaan tersebut. Pada efek afektif biasanya pengaruh berupa timbulnya rasa respek atau kagum atau sebaliknya terhadap perusahaan. Sedangkan pada efek behavioral biasanya pengaruh berupa meningkat atau menurunnya pengunjung web dan tingkat penjualan serta opini dan sikap masyarakat terhadap produk-produk serta pelayanan perusahaan. Efek-efek ini dipercaya muncul karena pengkomunikasian informasi dalam *corporate website* baik yang bersifat statis (tetap atau permanen) dan dinamis (selalu diperbaharui). Selain itu pengkomunikasian tersebut dapat berjalan searah maupun dua arah dan dapat mencakup komunikasi internal, eksternal atau keduanya tergantung tujuan *corporate website* itu dibuat.

3. Manfaat Cyber PR

Peran *Public Relations* melalui media internet memiliki peran yang lebih besar dan luas dibandingkan peran PR di dunia fisik. Dengan PR offline, seorang PRO bergantung pada seorang perantara yang disebut juga reporter / wartawan/ editor di dalam menyampaikan pesan-pesan *corporate* untuk ditayangkan di media cetak demi tujuan membangun citra perusahaan. Sehingga kita biasanya dihadapkan pada dua kemungkinan yang sering terjadi, yaitu : Mengirimkan bahan *pers release*, *pers conference*,

hak jawab atau sejenisnya pada seorang wartawan sambil berharap mereka tertarik dan berminat terhadap apa yang kita tulis sehingga mereka memuat hal tersebut di media cetaknya. Agar apa yang akan kita sampaikan benar-benar dibaca konsumen atau calon konsumen, dan harapan untuk dimuat tipis, terkadang kita mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk memuluskan rencana tersebut. Sedangkan ketika kita sudah berketetapan untuk menggunakan media on-line sebagai sarana bisnis maka E-PR dapat melalui batas penghalang ini dan dapat secara langsung menyampaikan pesan-pesan, saran-saran dan komunikasi yang bersifat *persuasive* lainnya secara langsung kepada target publik. Di samping itu, terdapat juga manfaat atau potensi potensi besar lainnya yaitu :

- a) Komunikasi Konstan, karena sifat internet yang selalu *on line* selama 24 jam 7 hari, maka internet dapat dikategorikan atau digolongkan menjadi satpam atau sekretaris hidup yang tak bernyawa bagi perusahaan, dengan potensi target publik seluruh dunia.
- b) Respon yang cepat, internet memungkinkan perusahaan untuk merespon cepat dan serta merta terhadap semua permasalahan dan pertanyaan prospek maupun pelanggan yang mereka ingini jawabannya sesegera mungkin.
- c) Pasar global, internet telah memutus jurang pemisah geografis (kecuali psikologis) setelah kita terhubung dengan dunia *online*.
- d) Interaktif, umpan balik dapat segera diperoleh saat itu juga jika komunikator juga online tentunya *feedback* juga dapat diperoleh dari pelanggan atau pengunjung situs web kita, sehingga dengan demikian

kita dapat mengetahui apa yang diinginkan mereka tanpa perlu memprediksikan atau menerka-nerkanya tanpa tahu kebenaran yang nyata.

- e) Komunikasi dua arah, tujuan utama aktivitas organisasi melalui E-PR dengan konsumennya akan tercapai melalui media ini. *Two traffic communications* ini akan membantu membangun hubungan yang kuat dan saling bermanfaat yang tidak dapat dilakukan langsung oleh media *offline*.
- f) Hemat, PR dalam dunia fisik dianggap dapat lebih mempengaruhi pasar dan sekaligus membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan dengan pengeluaran iklan. E-PR dapat membuat organisasi lebih hemat karena dengan E-PR tidak membutuhkan *Stationary* maupun biaya cetak. Maka ketika media internet sangat murah dan dapat terjangkau kalangan manapun, bukan hal yang mustahil biaya E-PR jauh lebih murah lagi.
- g) *Focus* utama E-PR yaitu membidik media online, misalnya media berita tradisional yang juga memiliki status online yang terkenal dan publikasi yang berorientasi web baik untuk kalangan konsumen maupun bisnis (Onggo, 2004:6).

H. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat Kota Bandung yang terletak di Jl. Surapati No. 71 Bandung 40133, Telp: 2503884 Fax: 2500713.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian “Pengelolaan Informasi Melalui Website Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura (Studi Deskriptif pada Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat)” adalah metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk penelitian yang objek penelitiannya spesifik, dalam hal ini peneliti akan meneliti mengenai pengelolaan informasi dan komunikasi *website* yang digunakan oleh staff humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat. Metode deskriptif juga dipilih karena peneliti ingin mengetahui secara menyeluruh mengenai Pengelolaan Informasi seperti apa yang di terapkan humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura.

Metode deskriptif dalam penelitian menurut Nasution (2008: 9) adalah dilakukan dengan mengumpulkan data deskriptif yang banyak dan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian, penelitian ini tidak mengutamakan angka dan statistik, *walaupun tidak menolak data kuantitatif*, karakteristik dari penelitian kualitatif ditandai oleh kegiatan untuk mengamati orang dalam situasi nyata baik dan dalam berinteraksi dengan lingkungan, maupun untuk memahami perilaku orang yang diamati.

Peneliti mengamati proses penerapan Pengelolaan Informasi yang ada di Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat, Bandung, dimana staf humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura memiliki berbagai cara untuk bisa menarik masyarakat melihat dan tertarik dengan *website* yang di kelola oleh staf humas.

3. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif yang berinteraksi dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. *Von Grassefeld* dalam Ardianto (2010: 50) menyatakan:

“Konstruktivisme menyatakan bahwa realitas sosial memiliki bentuk yang bermacam-macam, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat spesifik dan tergantung pada orang yang melakukan. Konstruktivisme dapat ditelusuri melalui cara berfikir manusia yang bertindak sebagai agen konstruksi realitas sosial, cara yang dilakukannya adalah dengan memahami atau memberikan makna atas perilaku mereka sendiri”.

4. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan atau pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini diharapkan peneliti mendapatkan gambaran realitas dari metode Pengelolaan Informasi Staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura yang akan lebih dalam akan suatu informasi dan perwujudan realitas yang ada.

Pendekatan kualitatif mengharuskan penelitian memiliki kemampuan analisa yang tajam dan mendalam, tujuannya agar penelitian yang dilakukan menghasilkan data yang bersifat holistik dan komprehensif, seperti yang dikemukakan Ardianto bahwa:

Dalam pendekatan kualitatif analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistic tetapi menggunakan rumus 5W=1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*) yang paling penting dicermati dalam analisis penelitian kualitatif adalah *why* (analisis lebih dalam atau penafsiran interprets lebih dalam ada apa dibalik fakta dan data hasil penelitian itu mengaa bisa seperti itu) (Ardianto, 2010: 58).

5. Sumber Data

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

- a) Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu Staf Humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat, Bandung.
- b) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa litelatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Observasi Partisipasi Aktif

Observasi merupakan kegiatan dengan mendatangi/terjun langsung ke suatu objek yang dituju, untuk melihat fakta dan realita yang ada. Agar peneliti mengetahui secara langsung objek yang akan diteliti.

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang

sangat canggih, sehingga benda – benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jeles (Sugiyono, 2009:12)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik jenis observasi partisipasi aktif, disini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap.

b) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ini dilakukan, karena ada beberapa bagian data yang tidak mungkin ditemukan pada observasi partisipasi aktif. Pada wawancara mendalam ini peneliti akan mewawancarai beberapa staf humas Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat yang akan diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak harus terfokus kepada *draft* yang telah disusun, artinya wawancara ini bisa menanyakan hal-hal yang dirasa perlu dan bersifat mendalam walaupun tidak terdapat dalam daftar pertanyaan. Tujuannya adalah supaya wawancara yang dilakukan betul-betul mendapatkan data yang konkret secara terperinci.

c) Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Studi dokumen merupakan

pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/ dapat dipercaya kalau didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Peneliti mengacu pada buku-buku maupun literature yang berhubungan dengan penelitian terutama seperti pengelolaan informasi, sehingga penelitian ini tidak hanya berdasarkan pandangan peneliti, melainkan diperkaya dengan adanya kontribusi dari buku-buku, laporan literatur dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu melakukan interpretasi pada data yang ada dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika. Data yang diperoleh hasil observasi dan wawancara langsung di lapangan, selanjutnya dikumpulkan dan dikategorikan berdasarkan jenisnya, baik primer ataupun sekunder.

Proses analisi data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi dan wawancara. Setelah dibaca, dipelajari dan di telaah, maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah berikutnya adalah mneyusunnya dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya (Bungin, 2001: 290).

	Skripsi									
4.	Sidang Skripsi									
	Melaksanakan Bimbingan Akhir Skripsi									
	Melaksanakan Sidang Skripsi									
	Menyelesaikan Revisi Skripsi									

