

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini membuat masyarakat sudah banyak menggunakan media online sebagai sarana berkomunikasi. Kehadiran internet memunculkan media baru yang dapat menjangkau semua kalangan secara cepat, tepat dan bersamaan dengan biaya yang murah. Internet suatu media yang sangat besar manfaatnya yang menjadikan *cyberspace* komunikasi baru dari masyarakat dunia. Penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Tak hanya itu dengan adanya *website* banyak orang yang berlomba-lomba untuk dapat mempromosikan dirinya. Hal ini ditandai dengan adanya situs-situs atau *website* yang memberikan fasilitas untuk dapat berhubungan dengan orang banyak.

Kegiatan memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk lebih memudahkan berkomunikasi, sehingga *Public Relations Online* begitu dikenal dan marak dilaksanakan guna memberikan kemudahan dalam berkomunikasi. Sementara itu menurut Onggo, (2004: 2-7) E-PR atau *electronic Public Relations, Cyber Pr, Online PR*, atau *PR On The Net*, adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merek

atau *brand* dan memelihara kepercayaan publik. Ribuan *one-to-one Relations* dapat dibangun secara simultan melalui media internet karena sifatnya yang interaktif. Kelebihan *Online PR* dapat dinilai komunikasinya konstan, karena internet bekerjanya selama 24 jam selama 7 hari dengan potensi target public seluruh dunia. Selain itu, respon yang cepat sehingga tidak perlu membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan jawaban atau balasan dari informasi yang disampaikan. Hal ini tentu dapat memicu terjadinya komunikasi yang dua arah dan interaktif. Disamping media *Cyber* dinilai hemat dan juga sebagai tuntutan sebuah persaingan di dunia global. Era industri pasar bebas, tentu akan ditandai pula oleh majunya teknologi dan kemahiran sumber daya manusia dalam hal ini PR dalam mengoprasikan teknologi tersebut.

Menurut Ujang Rusdianto (2014: 98-99) dalam memanfaatkan internet, *tools* komunikasi yang digunakan *Public Relations* harus menggabungkan empat karakteristik Holtz, 2002: 6) yaitu :

1) *Strategic*

Online Public Relations didesain untuk memberikan efek terhadap keuntungan perusahaan.

2) *Integrated*

Internet digunakan sebagai bagian dari rencana komunikasi.

3) *Targeted*

Internet digunakan didasari oleh tujuan yang ingin didapatkan dari khalayak sasaran.

4) *Measureable*

Perencanaan juga termasuk dengan efektivitas dari usaha yang sudah dilakukan.

Menurut Yuhefizar (2008:10), *website* atau *world wide web* (www) adalah kumpulan halaman-halaman web yang mengandung informasi. *Website* merupakan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* juga merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Sebagai media komunikasi, *website* resmi perusahaan memiliki beberapa kelebihan, yaitu antara lain :

- 1) Perusahaan dapat menggunakan alamat *website* utama (*main domain*) sesuai dengan keinginan dan bisa lebih spesifik, sehingga akan lebih mudah untuk diingat, dibuka atau dicari melalui *search engine*.
- 2) Informasi yang dimuat hanya seputar perusahaan pemilik *website* tersebut, sehingga informasi yang disampaikan lebih fokus.
- 3) Perusahaan dapat memodifikasi tampilan maupun fasilitas dalam *website* resminya sesuai dengan kebutuhan.

- 4) Perusahaan bertanggung jawab penuh terhadap desain dan muatan dalam *website* yang dimilikinya.
- 5) Potensi *website* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemahaman atas aktivitas dan program CSR perusahaan oleh pemangku kepentingannya.

PT Dirgantara Indonesia (PTDI) adalah salah satu perusahaan kedirgantaraan pribumi di Asia dengan kompetensi inti dalam desain pesawat dan pengembangan, manufaktur struktur pesawat, perakitan pesawat, dan jasa pesawat untuk sipil dan militer cahaya dan pesawat menengah. Dalam rangka meningkatkan pemberian Pelayanan Informasi Publik kepada masyarakat sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-undang Dasar Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik; dan Peraturan Menteri BUMN Nomor: PER-08/MBU/2014 Tentang Pedoman Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi, maka PT Dirgantara Indonesia (Persero) membentuk organisasi Pengelola Informasi dan Dokumentasi Perusahaan, untuk mengelola informasi dan dokumentasi yang transparan, cepat, tepat, sederhana, aman, akuntabel dan profesional.

Sehubungan dengan adanya relasi hubungan antara keduanya, maka dibutuhkan *Public Relations* untuk menjembatani atau mediasi bagi kedua pihak guna menciptakan hubungan sesuai dengan pengertian *Public Relations* itu sendiri. Proses untuk meningkatkan hubungan kedua belah pihak, maka PT Dirgantara Indonesia (Persero) sebuah *website* resmi yang bernama www.indonesian-aerospace.com yang dijadikan sebagai situs resmi untuk pelayanan informasi publik ataupun relasi antara

kedua pihak guna menciptakan hubungan yang baik, dan saling menguntungkan, dimana PT Dirgantara Indonesia (Persero) mendapatkan kepercayaan dari publik karena setiap informasi bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik.

Pemberian informasi yang bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik, memperlihatkan bagaimana PT Dirgantara Indonesia (Persero) berusaha menciptakan *Public Relations* antara pihak dari PT Dirgantara Indonesia (Persero) itu sendiri dengan publik sehingga setiap informasi dapat diperoleh dengan cara sederhana, cepat, tepat waktu, tanpa biaya. Pemanfaatan ilmu komunikasi khususnya dalam tataran konsep *Public Relations* sudah sangat baik, dan berdasarkan dari data di atas dapat dilihat bagaimana PT Dirgantara Indonesia (Persero) sangat berusaha untuk menciptakan *Public Relations* melalui kacamata komunikasi.

Kegiatan *Public Relations* secara *online* melalui website www.indonesian-aerospace.com, PT Dirgantara Indonesia (Persero) memberikan informasi pada *website* tersebut yang bisa diakses oleh publik sehingga informasi yang dijalankan oleh Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dapat memudahkan informan mencari informasi dan terpapar secara jelas melalui jendela-jendela *website* resmi PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Website* tersebut terdapat jendela-jendela seperti *home*, tentang perusahaan, *product and service*, media, layanan informasi publik, *link* dan *contact person*. Didalam *website* tersebut terdapat beberapa sertifikat yang

diperoleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). Pada saat ini, *website* PT Dirgantara Indonesia (Persero) menyajikan iklan mengenai apabila publik ingin menyampaikan aspirasi dan pengaduan melalui LAPOR!. LAPOR adalah sarana untuk mengawasi program pemerintahan dan dikelola oleh Kantor Staf Presiden, Kementerian PANRB, dan Ombudsman Republik Indonesia. Konten lainnya yang terdapat dikolom home ada mengenai jenis pesawat yang diluncurkan oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). Website ini juga mengunggah beberapa dokumentasi pesawat yang telah diproduksi dan juga menayangkan video *live streaming* kegiatan perusahaan. Cara pengelolaan *website* seperti ini dapat mengangkat kembali *image* perusahaan yang dalam beberapa tahun terakhir sempat turun dan semenjak tahun 2013 PT Dirgantara Indonesia (Persero) kembali mendapat kepercayaan dari publik.

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

“Pengelolaan *Website* Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). (Studi Kasus pada Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero))”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu “Pengelolaan *Website* Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1 Bagaimana proses *Planning* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*?
- 1.3.2 Bagaimana proses *Organizing* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*?
- 1.3.3 Bagaimana proses *Actuating* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*?
- 1.3.4 Bagaimana proses *Controlling* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi kasus dalam meneliti Pengelolaan *Website* Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). Tujuan penelitian ini meliputi :

- 1.4.1 Untuk mengetahui proses *Planning* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*.
- 1.4.2 Untuk mengetahui proses *Organizing* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*.

1.4.3 Untuk mengetahui proses *Actuating* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*.

1.4.4 Untuk mengetahui proses *Controlling* yang di lakukan staff Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan *website*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang faktual bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang didasarkan pada studi kasus serta dapat menggambarkan tentang Pengelolaan *Website*. Adanya kegiatan Pengelolaan *Website* akan memudahkan masyarakat untuk mengetahui dan juga menyampaikan aspirasinya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *Public Relations Online* yang berbasis pada pendekatan studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

1.5.2 Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya *Public Relations Online* yang bertujuan untuk melihat bagaimana relasi yang terjalin melalui media online antara perusahaan dan masyarakat.

1.5.3 Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *Public Relations* berfokus pada *Public Relations Online*.

1.5.4 Kegunaan Penelitian bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan *Public Relations Online* di lapangan.

1.5.5 Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga

Penerapan dari konsep *Public Relations Online* diharapkan dapat memberikan penjelasan dan kesadaran akan pentingnya kegunaan *Public Relations Online* di dalam perusahaan.

1.5.6 Kegunaan Penelitian Bagi Karyawan dan Pimpinan

Penerapan *Public Relations Online* untuk meningkatkan hubungan antara media online dengan relasi perusahaan dan masyarakat.

1.5.7 Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang Pengelolaan *Website* Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan ilmu baru kepada masyarakat bagaimana memanfaatkan media online sebagai bentuk *Public Relations* yang dapat menghubungkan antara satu pihak dan pihak lain dalam bentuk publik.

1.6 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang

dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.6.1 Penelitian Terdahulu

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

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

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Putra Perdana Ardiyanto, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi, 2015). Penelitian ini berjudul *Pengelolaan Public Relations Online Dalam Upaya Membangun Brand Image Koffie Tijd. Kualitatif (Deskriptif)*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perencanaan *Public Relations Online* dalam upaya membangun *brand image* Koffie Tijd merupakan upaya pengelolaan *website* Koffietijd.co.id yang dilaksanakan oleh Koffie Tijd Cafe&Resto. Membangun *brand image*, serta berupaya meningkatkan jumlah konsumennya, secara langsung mendorong Koffie Tijd Cafe&Resto. Diantaranya, yaitu diferensiasi, logo, *event* (acara), *publications* (publikasi), CSR (*corporate social*

responsibility) tanggung jawab sosial perusahaan, *community involvement* (kepedulian terhadap komunitas), dan *news* (berita).

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Rina Wati, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2015. Penelitian ini berjudul Pengaruh Penggunaan *website* Terhadap Citra Hotel Grand Royal Panghegar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Hasil data menunjukkan bahwa penggunaan *website* dalam aspek valensi yang terdiri dari indikator menambah pengetahuan, mengurangi ketidakpastian pemakai informasi, dan mengurangi resiko kegagalan informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra. Hasil data menunjukkan bahwa penggunaan *website* dalam aspek bobot yang terdiri dari indikator kejelasan informasi, keakuratan informasi, dan relevansi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra. Pengaruh penggunaan *website* terhadap citra Hotel grand royal Panghegar, menunjukkan bahwa penggunaan *website* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra Hotel Grand Royal Panghegar.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Bilal mahasiswa Hubungan Masyarakat UIN Sunan Gunung Djari Bandung (skripsi, 2016), Skripsi ini berjudul Hubungan Pengelolaan Media *Online* Dengan Sikap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pelanggan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa :

- 1) Valensi pengelolaan media *online* dengan sikap pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan memiliki hubungan yang sangat rendah.
- 2) Bobot pengelolaan media *online* dengan sikap pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat.
- 3) Pengelolaan media *online* dengan kebutuhan kognitif pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat.
- 4) Pengelolaan media *online* dengan kebutuhan afektif pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat.
- 5) Pengelolaan media *online* dengan kebutuhan konatif pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Tantri Puspita Yazid, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Tahun 2012. Penelitian ini berjudul *Implementasi Cyber Public Relations Online* melalui pengelolaan *website* Pemerintah Propinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ditemukan bahwa Sejak dikelola oleh humas dari segi tampilan dan isi menjadi menarik. Namun masih belum dapat dikatakan mampu membantu kerja humas mewujudkan *good governance* dari segi pelayanan publik, karena *website* masih tergolong kedalam web 1.0. Isi dari *website* masih di dominasi oleh pemerintah. Humas pemerintah dan masyarakat mengetahui arti penting *website* apalagi pada jaman sekarang. Namun kurang disosialisasikan keberadaan *website* sebagai media informasi baru humas. Pencapaian sebagai peringkat pertama *good governance* dan *clean government* di pulau Sumatera tahun 2010 bukan dikarenakan

pengelolaan *website*. Karakteristik mewujudkan *good governance* melalui pelayanan publik oleh humas belum menonjol dalam di dalam *website* pemerintah provinsi Sumatera Barat. pelayanan transparansi dalam *website* menjadi yang diutamakan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Krisniar Tuti, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru pada tahun 2011. Penelitian ini berjudul Efektifitas Penggunaan *Website* Dalam Menunjang Kinerja *Public Relations* Hotel Aryaduta Pekanbaru.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan *website* sangat efektif dalam menunjang kinerja para praktisi internal PR Hotel Aryaduta. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan-kemudahan yang dapat dilakukan praktisi PR melalui *website*, seperti: mengirim *press release* melalui *website*, melakukan rapat internal dengan publik diberbagai daerah dengan *system net meeting*, menerbitkan *news release* sebagai media informasi perusahaan melalui *website* tanpa harus dicetak lagi, dan yang terpenting dengan cepat dan murah serta mampu menjangkau publik internal PR di berbagai daerah.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Putra Perdana Ardiyanto o Skripsi 2015	Pengelolaan <i>Public Relations Online</i> dalam upaya membangun <i>Brand Image</i> Koffie Tijd	Kualitatif (Deskriptif)	Perencanaan <i>Public Relations Online</i> dalam upaya membangun <i>brand image</i> Koffie Tijd merupakan upaya pengelolaan <i>website</i> Koffietijd.co.id yang dilaksanakan oleh Koffie Tijd Cafe&Resto. Membangun <i>brand image</i> , serta berupaya meningkatkan jumlah konsumennya, secara langsung mendorong Koffie Tijd Cafe&Resto	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal <i>Public Relations Online</i> .	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu membahas mengenai <i>brand image</i> sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)
Rina Wati Skripsi 2015	Pengaruh penggunaan <i>website</i> terhadap citra Hotel Grand Royal Panghegar	Kuantitatif	Hasil data menunjukkan bahwa penggunaan <i>website</i> dalam aspek valensi yang terdiri dari indikator menambah pengetahuan, mengurangi ketidakpastian	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal media <i>online</i> .	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu

			<p>pemakai informasi, dan mengurangi resiko kegagalan informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra</p>		<p>membahas mengenai citra Hotel Grand Royal Panghegar sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)</p>
<p>Muhamad Bilal Skripsi 2016</p>	<p>Hubungan pengelolaan media <i>online</i> dengan sikap pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media <i>online</i> dengan sikap pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal media <i>online</i></p>	<p>Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan pendekatan studi korelasional (Kuantitatif). Perbedaan penelitian terdahulu membahas mengenai Hubungan pengelolaan media <i>online</i> dengan sikap pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media</p>

					Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)
Tantri Puspita Yazid Skripsi 2012	Implementasi <i>Cyber Public Relations Online</i> melalui pengelolaan <i>website</i> Pemerintah Propinsi Sumatera Barat	Kualitatif	Hasil penelitian ditemukan bahwa Sejak dikelola oleh humas dari segi tampilan dan isi menjadi menarik. Namun masih belum dapat dikatakan mampu membantu kerja humas mewujudkan <i>good governance</i> dari segi pelayanan publik, karena <i>website</i> masih tergolong kedalam web 1.0. Isi dari <i>website</i> masih di dominasi oleh pemerintah. Humas pemerintah dan masyarakat mengetahui arti penting <i>website</i> apalagi pada jaman sekarang.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal media online.	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu membahas mengenai pengelolaan <i>website</i> Pemerintah Propinsi Sumatera Barat sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)
Krisniar Tuti Skripsi	Efektifitas Penggunaan <i>Website</i> Dalam Menunjang	kualitatif	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan

2011	Kinerja <i>Public Relations</i> Hotel Aryaduta Pekanbaru.		<p><i>website</i> sangat efektif dalam menunjang kinerja para praktisi internal PR Hotel Aryaduta. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan-kemudahan yang dapat dilakukan praktisi PR melalui <i>website</i>, seperti: mengirim <i>press release</i> melalui <i>website</i>, melakukan rapat internal dengan publik diberbagai daerah dengan <i>system net meeting</i>, menerbitkan <i>news release</i> sebagai media informasi perusahaan melalui <i>website</i> tanpa harus dicetak lagi, dan yang terpenting dengan cepat dan murah serta mampu menjangkau publik internal PR di berbagai daerah.</p>	<p>positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal media <i>online</i>.</p>	<p>dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu membahas mengenai Efektifitas Penggunaan <i>Website</i> Dalam Menunjang Kinerja <i>Public Relations</i> sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media Pelayanan Informasi Publik Oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero)</p>
------	-----------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.6.2 Kerangka Pemikiran

Kegunaan website sangat penting bagi suatu instansi atau perusahaan. Informasi yang terdapat didalam website berisi tentang informasi seputar perusahaan pemilik, sehingga memudahkan informan untuk mencari informasi mengenai perusahaan tersebut.

Penelitian ini berawal dari fenomena yang muncul dan memiliki kesan yang cukup kuat. Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* identik dengan media online sebagai penyalur yang menjadi relasi antara publik dengan pihak internal. Jika dikaji lebih lanjut maka Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* juga berperan penting di *back stage*, seperti kegiatan *Public Relations Online* yang diterapkan PT Dirgantara Indonesia (Persero).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan konsep P.O.A.C (*planning, organizing, actuating, controlling*). Studi kasus digunakan sebagai pembedah permasalahan yang diangkat mengenai Pengelolaan *Website* Sebagai Sarana Informasi Publik Oleh Hubungan Masyarakat (Humas) PT Dirgantara Indonesia (Persero).

1.6.2.1 *Public Relations Online*

Public Relations (PR) Online merupakan “konsep baru” kehumasan, seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang membentuk “masyarakat internet”. *PR Online* mempunyai ruang lingkup yang luas dan menjangkau semua khalayak dalam waktu dan saat yang bersamaan.

Melalui internet pula, *annual report* yang dibuat divisi PR perusahaan dapat dimasukkan kedalam situs/web perusahaan. Internet membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya.

Saat ini banyak praktisi PR berbicara atas nama perusahaan telah mempertimbangkan penggunaan internet sebagai salah satu strategi komunikasi PR. Mereka tidak punya pilihan lain dan menjadikan internet menjadi bagian dari budaya perusahaan. Melalui internet pula setiap individu bisa menjadi penerbit, konsumen atau melakukan kampanye untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Khusus dalam bidang membuka perspektif baru.

Fungsi Manajemen Menurut George Robert Terry :

1) Perencanaan (*planning*)

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan alternatif-alternatif, kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, dan program-program sebagai bentuk usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. 4 (empat) tingkat kemampuan dasar dalam kegiatan perencanaan:

- (1) *Insight*: kemampuan untuk menghimpun fakta dengan jalan mengadakan penyelidikan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang direncanakan.

- (2) *Forsight*: kemampuan untuk memproyeksikan atau menggambarkan jalan atau cara-cara yang akan ditempuh, memperkirakan keadaan-keadaan yang mungkin timbul sebagai akibat dari kegiatan yang dilakukan. *Top management*, Mis: direksi, presiden perusahaan, dll *Middle management*, Mis: kepala bagian, kepala divisi, dll *Low management*, Mis: mandor, kepala seksi, dll Tanggung jawab manajer Jumlah manajer dalam masing-masing tingkatan.
- (3) Studi eksploratif: kemampuan untuk melihat segala sesuatu secara keseluruhan, sehingga diperoleh gambaran secara integral dari kondisi yang ada.
- (4) *Doorsight*: kemampuan untuk mengetahui segala cara yang dapat menyamakan pandangan, sehingga memungkinkan untuk dapat mengambil keputusan. Planning jangka panjang memiliki 2 karakteristik utama, yaitu:
- a) Tujuan dan sasaran: merupakan dasar bagi strategi perusahaan.
 - b) Peramalan (*forecasting*) jangka panjang: langkah awal sebelum membuat perencanaan.

2) Pengorganisasian (*organizing*)

Merupakan suatu tindakan atau kegiatan menggabungkan seluruh potensi yang ada dari seluruh bagian dalam suatu kelompok orang atau badan atau organisasi untuk bekerja secara bersama-sama guna mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama, baik untuk tujuan pribadi atau tujuan kelompok dan organisasi. Dalam

pengorganisasian dikenal istilah KISS (koordinasi, integrasi, simplifikasi, dan sinkronisasi) dalam rangka menciptakan keharmonisan dalam kegiatan organisasi.

3) Pelaksanaan atau penerapan (*actuating*)

Merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian, dimana seluruh komponen yang berada dalam satu sistem dan satu organisasi tersebut bekerja secara bersama-sama sesuai dengan bidang masing-masing untuk dapat mewujudkan tujuan.

4) Pengawasan (*controlling*)

Merupakan pengendalian semua kegiatan dari proses perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, apakah semua kegiatan tersebut memberikan hasil yang efektif dan efisien serta bernilai guna dan berhasil guna.

1.6.2.2 Kegiatan PR online

Kegiatan *public relations online* seperti yang diungkapkan Ahmadi adalah sebagai berikut:

1) Kegiatan *Media Relations* (Hubungan Pers).

Walaupun memiliki berbagai macam publik, fungsi pers/media yang digunakan *Public Relations* tetap sama. Selain sebagai kelompok terpenting untuk berkomunikasi, pers juga termasuk publik PR yang paling mudah untuk mengakses internet.

2) Kegiatan Hubungan Investor dan Komunitas Finansial

Merupakan publik yang penting dalam perusahaan. Banyak yang dapat dilakukan dengan Internet untuk mempromosikan merek dagang sebagai investasi yang menguntungkan. Laporan tahunan melalui web dapat memberikan nilai tambah yang berarti bagi analis (pengamat saham), investor, pialang (*broker*).

3) Kegiatan Hubungan Pemerintah.

Hubungan pemerintah pada intinya merupakan upaya membentuk dan mengembangkan saling pengertian, pemahaman akses, dan dukungan optimal serta kerjasama institusional dari pemerintah terhadap keberadaan, kebijaksanaan dan operasi sebuah perusahaan. Menjalin komunikasi dengan pemerintah sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti *electronic mail*, *fax server*, VCD dan Internet sudah tidak asing lagi.

4) Kegiatan Hubungan Komunitas.

Cara yang paling mudah adalah menggunakan web untuk mempublikasikan tentang laporan apa saja yang dilakukan perusahaan dalam membina hubungan komunitas. Berikut daftar yang dapat diaplikasikan pada situs web:

- (1) mendaftar ke *mailing list*.
- (2) menyebarkan undangan *open house*.
- (3) memberikan informasi tentang pemberian hadiah (*reward*).

- (4) promosi tentang proyek atau program bersama,
 - (5) kontribusi terhadap seni dan budaya.
- 5) Mengalami Krisis Komunikasi.

Selama krisis, perusahaan dan para eksekutif dihadapkan pada posisi pengambilan keputusan krisis dibawah keadaan: tekanan yang begitu intens, tingkat stress yang tinggi, ketelitian dan kecermatan terhadap factor lingkungan eksternal, tekanan cukup dramatik dan ketidakjelasan informasi.

- 6) Peranan Internet pada Krisis.

Dunia Internet telah menjadi tempat bagi orang-orang untuk memperoleh informasi terbaru tentang krisis atau hal-hal tidak terduga. Bahkan, saat ini Internet telah menjadi suatu sarana yang tidak dapat dilepaskan untuk mengekspresikan perasaan, pendapat, dan sikap tentang berbagai berita yang penting untuk kita. Biasanya orang mengandalkan Internet untuk mendapatkan informasi terkini, dengan membuka *home page* seperti CNN, MSNBC, dan lainnya, karena berita pada Internet selalu terus diperbaharui setiap saat.

- 7) Penggunaan *Website* Perusahaan.

Dalam hal ini kita dapat menyediakan sebuah *link* (hubungan) pada regular *home page*. Sehingga, semua yang datang mencari informasi khusus masih dapat menemukannya.

8) Penggunaan E-Mail.

E-mail digunakan untuk saling berhubungan selama krisis. Dengan menyediakan akses *online*, PR dapat mengurangi telepon yang diterima perusahaan. Penggunaan e-mail pada *home page* dapat mengundang pendapat, komentar, pertanyaan publik.

1.6.2.3 Makna dan Tujuan PR Online

- 1) *Public Relations Online* hendaknya untuk pembuatan *newsletter* (terbitan berkala), elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran, aplikasi internet dan web *one to one* dalam kegiatan marketing dan komunikasi (Holtz, 1999:3)
- 2) Teknologi internet ini telah membawa praktisi mampu mencapai publik sasaran secara langsung, tanpa intervensi dari pihak-pihak lain.
- 3) Bertujuan mempermudah khalayak dan tergantung kepada PR sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji disurat kabar dan media massa lainnya.

1.6.2.4 Website

Menurut Shelly dan Velmaart (2011: 80) *World Wide Web* (WWW) atau web, terdiri dari kumpulan dokumen elektronik di seluruh dunia. Setiap dokumen elektronik di web disebut *webpage*, yang dapat berisi teks, grafik, animasi, audio dan video.

Website adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (*link*) satu dokumen dengan dokumen lainnya (*hypertext*) yang dapat diakses melalui sebuah *browser*. *Website* merupakan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* juga merupakan komponent atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Website merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada *website* disebut dengan *web page* dan *link* dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu *page* ke *page* lain (*hyper text*), baik diantara *page* yang disimpan dalam server yang sama maupun server diseluruh dunia. *Pages* diakses dan dibaca melalui *browser* seperti *Netscape Navigator* atau Internet Exploler berbagai aplikasi *browser* lainnya.

Sebagai media komunikasi, *website* resmi perusahaan memiliki beberapa kelebihan, yaitu antara lain :

- 1) Perusahaan dapat menggunakan alamat *website* utama (*main domain*) sesuai dengan keinginan dan bisa lebih spesifik, sehingga akan lebih mudah untuk diingat, dibuka atau dicari melalui *search engine*.
- 2) Informasi yang dimuat hanya seputar perusahaan pemilik *website* tersebut, sehingga informasi yang disampaikan lebih fokus.

- 3) Perusahaan dapat memodifikasi tampilan maupun fasilitas dalam *website* resminya sesuai dengan kebutuhan.
- 4) Perusahaan bertanggung jawab penuh terhadap desain dan muatan dalam *website* yang dimilikinya.
- 5) Potensi *website* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemahaman atas aktivitas dan program CSR perusahaan oleh pemangku kepentingannya.

Menurut Mikal E. Belicove, pengamat digital marketing, ada lima alasan mengapa perusahaan harus memperhatikan *website*, yaitu :

- 1) *Branding*

perusahaan dapat mendesain secara fleksibel dan memberikan pengalaman pada pengunjung. Perusahaan juga bisa langsung menentukan model bisnis dan menyajikan informasi lengkap mengenai keunggulan perusahaan, dan lainnya.

- 2) Berkuasa penuh

Perusahaan dapat mengontrol secara penuh laman resmi tersebut, baik kode, *hosting*, jumlah halaman, konten, *plug-in* dan sebagainya. Lain itu, perusahaan juga bisa lebih fleksibel untuk menghapus konten atau fitur atau membuat sedikit penyesuaian, tanpa harus melibatkan pihak lain.

3) Konten

Isi *website* perusahaan secara penuh akan mendapat perhatian dari pengunjung, tanpa harus bersaing dengan konten atau *page* dari *Brand* lain. Karena itu konten mesti di kemas semenarik mungkin buat pengunjung dan beri kesempatan buat pengunjung berinteraksi secara langsung dengan perusahaan.

4) *Search Engine Optimization* (SEO)

Dalam hal ini jika perusahaan menginginkan hasil optimal, maka strategi SEO tidak bisa di abaikan. Usahakan perusahaan selalu tampil dihalaman pertama, bahkan kalau bisa ada di nomor urut paling atas dihalaman pertama hasil pencarian mesin pencari untuk industry sejenis.

5) *Web Analytic*

Sosial media memang menyediakan akses data demografi pengunjung situs web perusahaan dan seberapa sering mereka mengaksesnya. *Web Analytic* bisa menganalisis lebih dalam lagi, bisa di fungsikan sebagai “intelejen bisnis” yang secara *real time* memantau bagaimana kinerja *website* perusahaan.

1.6.2.5 Unsur-Unsur *Website* atau Situs

Untuk menyediakan keberadaan sebuah *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, adalah sebagai berikut:

1) Nama domain (*Domain name/URL – Uniform Resource Locator*)

Pengertian Nama domain atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah *website* pada dunia internet.

Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan *website* tersebut. Contoh nama domain ber-ekstensi internasional adalah com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi Negara Indonesia adalah co.id (untuk nama domain website perusahaan), ac.id (nama domain website pendidikan), go.id (nama domain website instansi pemerintah), or.id (nama domain website organisasi).

2) Rumah tempat *website* (*Web hosting*)

Pengertian *Web Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di *website*. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya *web hosting* yang disewa/dipunyai, semakin besar *web hosting* semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam *website*. *Web Hosting* juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya *hosting* ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB(Mega Byte) atau GB(Giga Byte). Lama penyewaan *web hosting* rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa *web hosting* yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negeri.

3) Bahasa Program (*Scripts Program*)

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah *website*. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat *website* semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus.

Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas *website*. Jenis jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer *website* antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, *Java Scripts*, *Java applets* dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, *email*, *mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

4) Desain *website*

Setelah melakukan penyewaan *domain name* dan *web hosting* serta penguasaan bahasa program (*scripts program*), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain. Desain *website* menentukan kualitas dan keindahan sebuah *website*. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*.

Untuk membuat *website* biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *website designer*. Saat ini sangat banyak jasa *web designer*, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas *designer*. Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa *web designer* ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas *designer*.

Pentingnya *website* bagi perusahaan apa yang ditampilkan oleh perusahaan melalui *website*, setidaknya dapat menggambarkan bagaimana perusahaan tersebut. Jadi, perlu ada pertimbangan dari informasi yang di publikasikan dan *image* atau citra apa yang dibangun melalui *website*. Perusahaan mungkin sudah memiliki *website* resmi, tapi persoalannya tidak banyak yang memperhatikan kualitas isi dari *website* lebih disayangkan lagi hanya sebatas untuk memiliki. Ujang rusdianto (2014 : 121).

1.7 Langkah Penelitian

1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai fenomena kegiatan *Public Relations Online* sehingga dapat diketahui proses dari kegiatan *Public Relations Online*, hasil dan tujuan dari kegiatan *Public Relations Online* PT Dirgantara Indonesia (Persero).

Data penelitian kualitatif yang berhasil dikumpulkan merupakan data deskriptif yang berupa kata, kalimat, pernyataan dari narasumber atau informan langsung, dan konsep bukan berupa angka. *Jhon Creswell* menyatakan bahwa definisi penelitian kualitatif adalah:

“Penelitian kualitatif sebagai sebuah proses penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia, dimana peneliti membangun gambaran yang kompleks dan menyeluruh, menganalisa kata-kata, melaporkan secara detail pandangan reponden dan melakukannya dalam sebuah setting penelitian yang naturalistic” (*Creswell, 1998:15*).

Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikasi, dan format grounded research. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (*Koentjaraningrat, 1993:89*).

Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Penelitian kualitatif berakar dari paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif melalui interaksinya dengan dunia objek material. *Von Grassefeld* dalam *Elvinaro Ardianto* menyatakan:

“Konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Konstruktivisme adalah salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri” (Ardianto, 2007: 154).

Kegiatan *Public Relations Online* memiliki tujuan untuk mengelola suatu *website* perusahaan yang dikelola oleh bagian Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).

1.7.2 Sumber Data

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

- 1) Sumber data primer, sumber rujukan pertama dan utama yaitu para staf karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).
- 2) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.7.3 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan

langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Staf Karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dengan kriteria:

- a) Informan adalah Staf Karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).
Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan kehumasan.
- b) Informan adalah Staf Karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) yang memiliki jam terbang minimal 2 Tahun. Peneliti menganggap bahwa dalam jangka waktu selama 2 tahun seseorang yang berkerja di bidang Humas sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup kerja *Public Relations*.

Informan adalah Staf Karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) yang paham atau ikut terlibat dalam kegiatan *Public Relations Online* yang sesuai dengan penelitian yang dikaji yaitu mengenai Pengelolaan *Website* Sebagai Sarana Informasi Publik Oleh Hubungan Masyarakat (Humas) PT Dirgantara Indonesia (Persero).

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

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

1.7.4.1 Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan biasanya oleh dua orang secara tatap muka dan langsung mendapatkan informasi dengan cara

bertanya langsung kepada responden. Wawancara pada penelitian sampel besar biasanya hanya dilakukan sebagai studi pendahuluan karena tidak mungkin menggunakan wawancara pada 1000 responden, sedangkan pada sampel kecil teknik wawancara dapat diterapkan sebagai teknik pengumpul data (umumnya penelitian kualitatif).

Lincoln dan Guba dalam Sugiyono (2010: 235) mengemukakan tujuh langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- 1) Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan.
- 2) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan.
- 3) Mengawali atau membuka alur wawancara.
- 4) Melangsungkan alur wawancara.
- 5) Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya.
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
- 7) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang diperoleh.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas dan wawancara sambil lalu. Wawancara bebas adalah pertanyaan yang diajukan tidak hanya berpusat pada pokok permasalahan, sedangkan wawancara sambil lalu adalah pertanyaan dalam hal ini diajukan pada narasumber dalam situasi yang tidak terkonsep atau persiapan. Alasan yang mendasari penggunaan teknik wawancara bebas dan wawancara sambil lalu kepada Staf Karyawan Humas PT Dirgantara

Indonesia (Persero) adalah untuk mengikuti setiap kegiatan yang terjadi, karena seharusnya setiap kegiatan *Public Relations Online* mengikuti sesuai kegiatan sehari-hari.

1.7.4.2 Observasi

Observasi adalah salah satu teknik yang dilakukan dalam penelitian, berupa sebuah aktivitas yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dengan tujuan memahami dan merasakan pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya.

“Sutrisno Hadi mendefinisikan observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.”Sugiyono (2013:145)

Pengamatan langsung di lapangan akan diterapkan oleh peneliti dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta yang berkembang di lapangan. Peneliti akan mengamati kegiatan *Public Relations Online* di PT Dirgantara Indonesia (Persero).

Teknik observasi partisipatori pasif digunakan peneliti selain mengingat bahwa dalam kegiatan *Public Relations Online* di Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) membutuhkan informasi-informasi yang jelas sesuai dengan tahapan regulasi yang ada dan biasanya di buat oleh pihak internal yaitu Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero), peneliti juga ingin mendapatkan data observasi yang alami dan sesungguhnya (*real*) sesuai objek penelitian yaitu Staf Karyawan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).

1.7.4.3 Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan salah satu sumber pengumpulan data dimana sumber sekunder ini diperoleh dari beberapa dokumen, buku, surat kabar, internet dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian, seperti sehingga peneliti dapat melakukan analisa lebih tajam dari berbagai data dan informasi yang diperoleh.

Studi dokumen banyak digunakan oleh lapangan ilmu sosial lainnya dalam metodologi penelitiannya, karena sebagian besar fakta dan data sosial banyak tersimpan dalam bahan-bahan yang berbentuk dokumenter. Oleh karenanya ilmu-ilmu sosial saat ini serius menjadikan studi dokumen dalam teknik pengumpulan datanya.

“Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan / menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya.” Sugiyono (2005; 83)

1.7.4.4 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu metode penelitian yang memiliki fokus kompleks dan luas bersifat subyektif dan menyeluruh.

Analisis data kualitatif dimulai dengan menganalisis berbagai data yang didapat penulis dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan, dokumen-dokumen maupun catatan. Data-data dikelompokkan oleh penulis ke beberapa kategori atau golongan yang sesuai.

Marshall dan Rossman mengajukan teknik analisa data kualitatif untuk proses analisis data dalam penelitian ini. Dalam menganalisa penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan (Marshall dan Rossman dalam Kabalmy, 2002: 224), diantaranya :

1) Mengorganisasikan Data

Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (*indepth inteviewer*), dimana data tersebut direkam dengan tape recoeder dibantu alat tulis lainnya. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis secara verbatim. Data yang telah didapat dibaca berulang-ulang agar penulis mengerti benar data atau hasil yang telah di dapatkan.

2) Pengelompokan berdasarkan Kategori, Tema dan pola jawaban.

Pada tahap ini dibutuhkan pengertian yang mendalam terhadap data, perhatian yang penuh dan keterbukaan terhadap hal-hal yang muncul di luar apa yang ingin digali. Berdasarkan kerangka teori dan pedoman wawancara, peneliti menyusun sebuah kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam mekukan coding. Dengan pedoman ini, peneliti kemudian kembali membaca transkrip wawancara dan melakukan *coding*, melakukan pemilihan data yang relevan dengan pokok pembicaraan. Data yang relevan diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokan atau dikategorikan berdasarkan kerangka analisis yang telah dibuat. Pada penelitian ini, analisis dilakukan terhadap sebuah kasus yang diteliti. Peneliti

menganalisis hasil wawancara berdasarkan pemahaman terhadap hal-hal diungkapkan oleh responden. Data yang telah dikelompokkan tersebut oleh peneliti dicoba untuk dipahami secara utuh dan ditemukan tema-tema penting serta kata kuncinya. Sehingga peneliti dapat menangkap pengalaman, permasalahan, dan dinamika yang terjadi pada subjek.

3) Menguji Asumsi atau Permasalahan yang ada terhadap Data

Setelah kategori pola data tergambar dengan jelas, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pada tahap ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam Bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesis tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara konsep-konsep dan factor-faktor yang ada.

4) Mencari Alternatif Penjelasan Data

Setelah kaitan antara kategori dan pola data dengan asumsi terwujud, peneliti masuk ke dalam tahap penjelesaian. Dan berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari kaitanya tersebut, penulis merasa perlu mencari suatu alternatif penjelasan lain tentang kesimpulan yang telah didapat. Sebab dalam penelitian kualitatif memang selalu ada alternatif penjelasan yang lain. Dari hasil analisis, ada kemungkinan terdapat hal-hal yang menyimpang dari asumsi atau tidak terfikir sebelumnya. Pada tahap ini akan dijelaskan dengan alternatif lain melalui referensi atau teori-teori lain. Alternatif ini akan sangat berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.

5) Menulis Hasil Penelitian.

Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu penulis untuk memeriksa kembali apakah kesimpulan yang dibuat telah selesai. Dalam penelitian ini, penulisan yang dipakai adalah presentase data yang didapat yaitu, penulisan data-data hasil penelitian berdasarkan wawancara mendalam dan observasi dengan subjek dan *significant other*. Proses dimulai dari data-data yang diperoleh dari subjek dan *significant other*, dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis, sehingga didapat gambaran mengenai penghayatan pengalaman dari subjek. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan, dimana di dalamnya mencakup keseluruhan kesimpulan dari hasil penelitian.

1.7.4.5 Validasi Data

Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data.

Menurut Denzin (1978) dalam Patton (2002 : 247) mengungkapkan bahwa ada empat tipe dasar triangulasi :

- 1) *Triangulasi data* – adalah penggunaan beragam sumber data dalam suatu kajian, sebagai contoh, mewawancarai orang pada posisi status yang berbeda atau dengan titik pandang yang berbeda.
- 2) *Triangulasi investigator* – penggunaan beberapa peneliti atau ilmuan sosial yang berbeda.

- 3) *Triangulasi teori* – penggunaan sudut pandang ganda dalam menafsirkan seperangkat tunggal data.
- 4) *Triangulasi metodologis* – penggunaan metode ganda untuk mengkaji masalah atau program tunggal, seperti wawancara, pengamatan, daftar wawancara terstruktur, dan dokumen.

Triangulasi adalah istilah yang diperkenalkan oleh N.K.Denzin (1978) dengan meminjam peristilahan dari dunia navigasi dan militer, yang merujuk pada penggabungan berbagai metode dalam suatu kajian tentang satu gejala tertentu.

1.7.4.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.7.4.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Jalan Pajajaran No.154, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih tempat ini karena PT Dirgantara Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan *Public Relations Online* khususnya dalam pengelolaan *website* perusahaan.

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	April 2017	Mei 2017	Juni 2017	Juli 2017	Agus tus 2017
1.	Pengumpulan Data					
	Menghimpun Data Proposal Penelitian					
	Menyusun Proposal Penelitian					
	Melakukan Bimbingan Proposal Penelitian					
	Menyelesaikan Revisi Proposal Penelitian					
2.	Usulan Penelitian					
	Melaksanakan Sidang Usulan Penelitian					
	Menyelesaikan Revisi Usulan Penelitian					
3.	Penyusunan Skripsi					
	Melaksanakan Penelitian					
	Menganalisa dan Mengolah Data					
	Menulis Laporan					
4.	Melaksanakan Bimbingan Skripsi					
	Sidang Skripsi					
	Melaksanakan Bimbingan Akhir Skripsi					

	Melaksanakan Sidang Skripsi					
	Menyelesaikan Revisi Skripsi					

