

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Respons *user* terhadap *Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung ( Analisis terhadap Respons Dosen FISIP Unila sebagai user terhadap *Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung)
2. Bidang Penelitian : Ilmu Sosial/Komunikasi
3. Ketua Peneliti
  - a. Nama Lengkap : Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP : 19782001122001
  - d. Disiplin Ilmu : Komunikasi
  - e. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III a
  - f. Jabatan Fungsional : Lektor
  - g. Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
  - h. Alamat : Jl. S Brojonegoro 1, Bandar Lampung
  - i. Telepon/Faks/Email : 0721-704626
  - j. Alamat Rumah : Jl. Dipangga Satya Gg Dipangga 8 No. 28, Pramuka, Rajabasa, Bandar Lampung
  - k. Telepon/Email : [085692890488/hestinoktiani@gmail.com](mailto:085692890488/hestinoktiani@gmail.com)
4. Jumlah Anggota Peneliti : 2 orang
  - Nama anggota : 1. Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MedSt
  - : 2. Drs. Sarwoko, M.Si.
5. Lokasi Penelitian : Bandar Lampung
6. Jumlah biaya : Rp. 6.000.000,00 (Enam juta rupiah).

Bandar Lampung, 6 November 2015

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Ketua Peneliti

Drs. Teguh Budi Rahardjo, M.Si.  
NIP. 195710191986031001

Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197810282001122001

Ketua Lembaga Penelitian Unila

Dr. Eng. Admi Syarif  
NIP. 196701031992031003

Menyetujui

Dekan FISIP Unila

Drs. Agus Hadiawan, M.Si.  
NIP. 195801091986031002

**DIPA FISIP UNILA**

**Respons *user* terhadap *Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung  
( Analisis terhadap Respons Dosen FISIP Unila sebagai user terhadap  
*Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung)**

**(LAPORAN PENELITIAN)**



**OLEH**

**HESTIN OKTIANI, S.Sos, M.Si.**

**DHANIK SULITYARINI, S.Sos.,M.Comn&Med.St.**

**Drs. SARWOKO, M.Si.**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2015**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Respons *user* terhadap *Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung ( Analisis terhadap Respons Dosen FISIP Unila sebagai user terhadap *Content Website* Pemerintah Kota Bandar Lampung)
2. Bidang Penelitian : Ilmu Sosial/Komunikasi
3. Ketua Peneliti
  - a. Nama Lengkap : Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP : 19782001122001
  - d. Disiplin Ilmu : Komunikasi
  - e. Pangkat/Golongan : Penata muda/III a
  - f. Jabatan Fungsional : Lektor
  - g. Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
  - h. Alamat : Jl. S Brojonegoro 1, Bandar Lampung
  - i. Telepon/Faks/Email : 0721-704626
  - j. Alamat Rumah : Jl. Dipangga Satya Gg Dipangga 8 No. 28, Pramuka, Rajabasa, Bandar Lampung
  - k. Telepon/Email : [085692890488/hestinoktiani@gmail.com](mailto:085692890488@hestinoktiani@gmail.com)
4. Jumlah Anggota Peneliti : 2 orang
  1. Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M.Comn&MedSt
  2. Drs. Sarwoko, M.Si.
5. Lokasi Penelitian : Bandar Lampung
6. Jumlah biaya : Rp. 6.000,00 (Enam juta rupiah).

Bandar Lampung, 6 November 2015

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Drs. Teguh Budi Rahardjo, M.Si.  
NIP. 195710191986031001

Ketua Lembaga Penelitian Unila

Dr. Eng. Admi Syarief  
NIP. 196701031992031003

Ketua Peneliti



Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197810282001122001

Menyetujui

Dekan FISIP Unila

Drs. Agus Hadiawan, M.Si.  
NIP. 195801091986031002

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Tinjauan Public Relations, <i>Electronics Public Relations</i> .....	8
2.2. Teknologi Komunikasi .....	10
2.3. Internet dan Cybercommunity .....	11
2.4. Pemanfaatan Internet oleh Public Relations .....	13
2.5. Website sebagai Sarana Public Relations .....	16
2.6. Tujuan Penelitian .....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	26
3.1. Metode yang Digunakan .....	26
3.2. Teknik Penelitian .....	26
3.3. Defenisi Konsep .....	29
3.4. Defenisi Operasional .....	30
BAB 4 JADWAL PELAKSANAAN .....	32
BAB 5 PERSONALIA PENELITIAN .....	33
BAB 6 PERKIRAAN BIAYA PENELITIAN .....	34
DAFTAR PUSTAKA	

## ABSTRAK

### **Respons user terhadap Content Website Pemerintah Kota Bandar Lampung ( Analisis terhadap Respons Dosen FISIP Unila sebagai user terhadap Content Website Pemerintah Kota Bandar Lampung)**

Oleh:

Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.  
Dhanik Suliatyarini, S.Sos., MComn&MedSt.  
Drs. Sarwoko, M.Si.

*Key words: respons user, content website, informasi orientasi publik*

Internet sebagai media baru memiliki berbagai keunggulan sebagai media penyampai pesan dari komunikator, baik bersifat personal maupun kelembagaan. Kehadiran dan penggunaan internet telah membawa perkembangan yang cukup signifikan pada berbagai lini kehidupan, pada level daerah, nasional, dan internasional. Pada level daerah, Pemerintah Kota Bandar Lampung juga telah memanfaatkan internet untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, satu diantaranya dengan menggunakan *website* yaitu <http://bandarlampungkota.go.id>.

Persoalan yang kemudian muncul adalah apakah website ini dikelola dengan baik dan menyajikan informasi yang berorientasi pada kepentingan public? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal tersebut dengan menggali respon user website ini, yang dalam konteks penelitian ini adalah dosen di lingkungan FISIP Unila. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan 12 orang informan terpilih, observasi terhadap website, dan dokumentasi.

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa respon user terhadap website Pemkot Bandar Lampung cenderung menilai banyaknya kekurangan pada website. Website Pemerintah Kota Bandar Lampung belum menerapkan secara optimal prinsip mengelola website yang baik karena masih terdapat link yang tidak aktif/tidak terisi, respon kontak informasi yang lambat dan seringkali off line, penataan penempatan informasi yang kaku dan membuat pengunjung kurang nyaman dalam membaca informasi, pemilihan warna yang kurang menarik dan membosankan. Meskipun website ini dinilai memiliki system navigasi yang mudah namun tujuan website untuk memberikan informasi dan pelayanan yang berorientasi kepada publik belum tercermin dengan baik pada informasi yang diberikan di dalam website.

Informasi pada website Pemkot Bandar Lampung menyajikan informasi yang lama tidak diperbarui, informasi lebih banyak tentang rutinitas Pemkot Bandar Lampung, belum ada keunggulan yang berarti dibandingkan banyaknya kelemahan yang harus diperbaiki. Selain itu informasi yang disajikan juga kurang rinci dan masih sedikit informasi yang bersifat pelayanan publik pada kebutuhan masyarakat yang bersifat umum .

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Internet sebagai media baru memiliki berbagai keunggulan sebagai media penyampai pesan dari komunikator, baik bersifat personal maupun kelembagaan. Kehadiran dan penggunaan internet telah membawa perkembangan yang cukup signifikan pada berbagai lini kehidupan, pada level daerah, nasional, dan internasional. Pada level daerah, Pemerintah Kota Bandar Lampung juga telah memanfaatkan internet untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, satu diantaranya dengan menggunakan *website*. Berbagai keuntungan dapat diperoleh ketika masyarakat memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi.

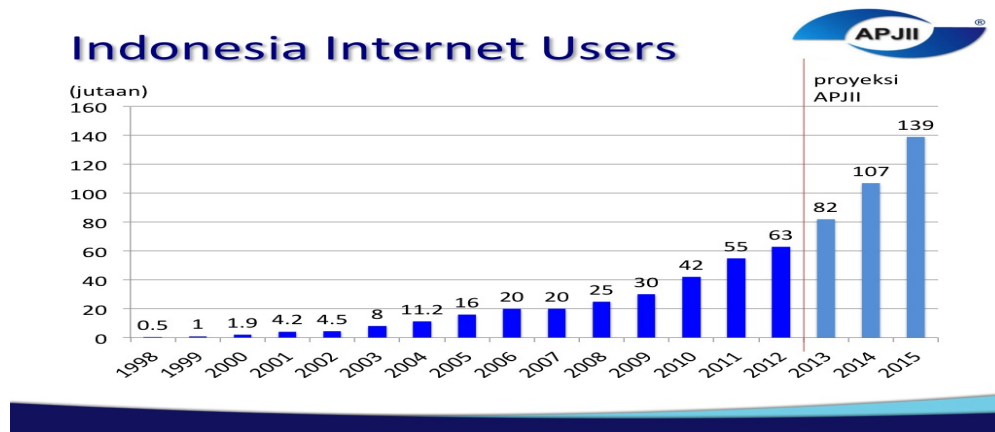
Biayanya yang murah membuat siapapun memiliki kemampuan secara ekonomis untuk dapat memanfaatkan internet. Keanekaragaman informasi yang tersedia, membuat khalayak dapat memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Khalayak bersifat aktif mencari informasi sesuai dengan yang diinginkan, tidak hanya menerima informasi yang disuguhkan tanpa memiliki akses yang memadai untuk menolak apa yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan meminta yang diperlukan. Keunggulan yang lain adalah internet memungkinkan interaksi

komunikasi lebih bersifat aktif dua arah, komunikator dan komunikan dapat saling menanggapi apa yang disampaikan. Kenggulan berikutnya, keunggulan jarak dan waktu. Internet membuat seluruh dunia tersambung. Komunikator dan komunikan dapat berinteraksi melalui internet kapan pun, di manapun, dengan catatan terdapat jaringan internet, dengan lebih leluasa.

Berbagai keunggulan internet ini, membuat berbagai pihak menjadikan internet sebagai pilihan media baru dalam melakukan komunikasi dalam rangka mencapai tujuannya. Internet telah banyak digunakan dalam berbagai bidang. Di bidang ekonomi, internet digunakan sebagai salah satu media untuk beriklan. Di bidang politik, internet digunakan sebagai media berkampanye dan memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Masih banyak lagi bidang-bidang lain yang memanfaatkan internet untuk mengembangkan dan mencapai tujuan, tak terkecuali di bidang *public relations* (kehumasan) yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung melalui websitenya yang memiliki alamat: <http://bandarlampungkota.go.id>.

*Public relations* memiliki fungsi untuk menjembatani organisasi atau perusahaan dengan publik internal dan publik eksternal. Untuk menjalankan fungsi ini *Public Relations Officers* (PRO) dapat memanfaatkan internet untuk menjalankan fungsi tersebut. Penggunaan internet pada kegiatan *public relations* akan sangat bermanfaat, khususnya dalam manjalin komunikasi dan pengembangan citra positif dengan publik eksternal. Hal ini semakin signifikan ketika masyarakat pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Berikut tabel data

mengenai pengguna internet di Indonesia beserta prediksi peningkatannya hingga tahun 2015 yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).



Sumber: <http://www.apjii.or.id>, 2013 (diakses Oktober 2015)

Terus meningkatnya pengguna internet memungkinkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui internet semakin banyak pula yang menerimanya/mengaksesnya. Begitu juga pesan-pesan yang disampaikan oleh *Public Relations Officers* (PRO) sebuah organisasi atau perusahaan. Penggunaan internet dalam bidang *public relations* memunculkan istilah baru dalam bidang ini, yaitu *Cyber Public Relations* (CPR) atau *Electronic Public Relations* (EPR). Penerapan EPR oleh pihak perusahaan swasta untuk berbagai kepentingan sudah banyak dilakukan, bukan hanya untuk menciptakan citra positif, tapi memberikan informasi dan menunjang kegiatan usaha/pemasaran produk/jasa perusahaan, yang tentu saja muaranya adalah perolehan keuntungan maksimal dari kegiatan usaha dan semakin tumbuhnya citra perusahaan yang positif di mata masyarakat pada kondisi kritis sekalipun. Dengan memanfaatkan berbagai keunggulan internet,



pihak swasta sadar betul pengaruh positif yang akan mereka dapatkan dari penggunaan internet dalam kegiatan kehumasan yang mereka lakukan. Kriyantono (2008:243) menyatakan bahwa ketika perusahaan mengaplikasikan teknologi internet dalam operasional perusahaan, misalnya dengan memiliki alamat web, maka akan menempel citra tertentu sebagai perusahaan yang:

- Lebih berorientasi pada konsumen dan responsive
- Lebih informatif
- Lebih canggih dan berteknologi tinggi
- Lebih dekat dengan pasar intelektual dan kaum muda

Melalui internet, dimungkinkan menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik.

Pihak swasta begitu peka pada *content-content* yang mereka sajikan dalam portal atau *website* perusahaan sebagai salah satu bentuk kegiatan CPR. Beranda (*home page*), rubrik/menu, *update* informasi dibuat dan dilakukan dengan sangat berorientasi pada kepentingan/kebutuhan publik. Website dibuat dan dikelola dalam rangka memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat dalam rangka membangun hubungan harmonis dengan masyarakat. Pertanyaanya, apakah hal serupa juga telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung? Serta bagaimana respons user terhadap konten-konten yang sajikan di dalam website Pemerintah kota Badar Lampung

(<http://bandarlampung.go.id>)?

Lembaga pemerintah, termasuk Pemerintah Kota Bandar Lampung, adalah organisasi yang bersifat *social/public oriented*. Idealnya segala yang kegiatan

yang dilakukan berorientasi pada kepentingan masyarakat, termasuk dalam hal pembuatan dan pengelolaan *website* lembaga tersebut. Informasi yang diberikan hendaknya murni untuk memberikan informasi yang sebanyak mungkin dan sebaik mungkin kepada masyarakat terutama yang terkait dengan tujuan dan program dari lembaga yang bersangkutan. Dengan pelayanan informasi yang berorientasi kepada publik yang kemudian ditindaklanjuti dalam pelaksanaannya di lapangan. Hal ini tentunya akan berpengaruh secara positif bagi keberhasilan program lembaga yang bersangkutan, dan di sisi lain, secara otomatis akan menumbuhkembangkan citra positif lembaga tersebut di mata masyarakat.

Namun sayangnya belum semua lembaga pemerintah, khususnya di lingkungan pemerintah daerah, memiliki kepekaan terhadap kebutuhan publik/masyarakat, sehingga informasi yang disajikan di dalam *web* tidak dikelola secara optimal. Selain itu, humas pemerintah daerah tampaknya juga belum banyak yang menyadari manfaat yang begitu besar dari penerapan *cyber public relations* atau *electronic public relations* bagi pembentukan opini publik dan kontribusinya pada upaya pencapaian tujuan lembaga dalam mewujudkan *good governance*.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini signifikan untuk dilakukan dalam rangka mengetahui bagaimana pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kota Bandar Lampung menerapkan *cyber public relations* melalui pengelolaan *website*-nya secara optimal, dengan mencari tahu bagaimana respons dari khalayak penggunaannya. Apakah informasi yang disajikan sudah berorientasi pada kebutuhan publik, sebagai bentuk pelayanan yang prima kepada masyarakat,

sehingga nantinya dapat diketahui upaya-upaya yang harus dilakukan untuk mengoptimalkan penerapan *cyber public relations*, khususnya *website* yang dikelola oleh lembaga Pemerintah Kota Bandar Lampung. Dengan demikian maka kehadiran internet sebagai *new media* dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin, sehingga dapat berkontribusi secara signifikan pada keberhasilan program pembangunan di Kota Bandar Lampung khususnya, serta penciptaan citra dan opini publik yang positif di mata masyarakat Kota Bandar Lampung.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Kehadiran internet membawa manfaat yang sangat besar dalam berbagai bidang, termasuk bidang kehumasan. Penggunaan internet pada berbagai aktivitas kehumasan melahirkan konsep baru yaitu *cyber public relations (CPR)* atau *electronics public relations (EPR)* atau kadang juga disebut dengan *online public relations (online PR)*. Berbagai keunggulan internet sebagai media baru, dilihat dari murah biaya, keragaman informasi, kecepatan waktu, luasnya daya jangkau, dan kelebihan lainnya membuat internet menjadi pilihan sebagai media yang strategis bagi berbagai lembaga, termasuk lembaga Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam rangka memberikan pelayanan informasi sekaligus menciptakan citra positif, opini publik yang mendukung, dan daya dukung bagi keberhasilan mencapai tujuan lembaga..

Pemerintah Kota Bandar Lampung tidak akan mendapatkan manfaat besar dari penggunaan internet ketika penggunaan internet, khususnya dalam bentuk *website*, bagi pencapaian tujuan lembaga, jika tidak dikelola secara optimal dan

berorientasi kepada kepentingan dan kebutuhan publik. *Website* yang demikian hanya akan menjadi “alamat tanpa makna”, pemborosan anggaran, sekedar pelengkap jawaban ketika muncul pertanyaan tentang alamat *website*. Tetapi, ketika masyarakat berkunjung, akan mengalami kekecewaan karena isinya tidak sesuai dengan harapan.

Website yang demikian tentunya tidak akan berkontribusi bagi penciptaan citra positif lembaga, pembentukan opini publik yang mendukung, apalagi menunjang keberhasilan pencapaian tujuan lembaga. Artinya perlu evaluasi yang berkelanjutan terhadap pengelolaan website Pemerintah Kota Bandar Lampung yang mengacu pada bagaimana respons pengguna website. Hal ini penting bagi peningkatan kualitas website, sehingga masyarakat mendapatkan manfaat yang besar dari website tersebut, begitu juga dengan Pemerintah Kota Bandar Lampung.

Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana respons para pengguna website Pemerintah Kota Bandar Lampung, dalam hal ini para akademisi di lingkungan FISIP Universitas Lampung yang diasumsikan telah mengakses website tersebut untuk kepentingan Tri Dharma Perguruan tinggi. Respons tersebut adalah tentang konten-konten yang dihadirkan di dalam website, apakah sudah berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan publik., dari segi jenis informasi dan keaktualan (aktualitas) informasi. Sehingga nantinya hasil penelitian ini dapat membawa manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung pada proses pembangunan di Provinsi Lampung dan upaya mewujudkan

*good governance* melalui implementasi *cyber public relations*. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah menurut para dosen di lingkungan FISIP Universitas Lampung, informasi yang disajikan pada *website* Pemerintah Kota Bandar Lampung sudah berorientasi pada kebutuhan publik?

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan tentang *Public Relations, Electronic Public Relations***

Sebelum diuraikan mengenai *cyber public relations* atau *electronic public relations*, terlebih dahulu disampaikan mengenai apa yang dimaksud dengan *public relations*. Cutlip, Center, dan Broom (2007:6) menyebutkan bahwa *Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas (PR) seluruh dunia di Mexico City pada Agustus 1978, ditetapkan definisi humas sebagai berikut: Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya (Anggoro, 2008: 2).

Menurut *Official Statement of Public Relations* dari Public Relations Society of America, sebagai sebuah fungsi manajemen, PR mencakup hal-hal berikut:

1. Memperkirakan, menganalisis, menginterpretasikan opini dan sikap publik, dan isu-isu yang mungkin memengaruhi operasi dan rencana organisasi, baik itu pengaruh buruk maupun baik.
2. Memberi saran kepada manajemen di semua level di dalam organisasi sehubungan dengan pembuatan keputusan, jalannya tindakan, dan komunikasi, dan mempertimbangkan ramifikasi publik dan tanggung jawab sosial atau kewarganegaraan organisasi.
3. Meriset, melaksanakan, dan mengevaluasi secara rutin program-program aksi dan komunikasi untuk mendapatkan pemahaman publik yang dibutuhkan untuk kesuksesan tujuan organisasi.
4. Merencanakan dan mengimplementasikan usaha organisasi untuk mempengaruhi atau mengubah kebijakan publik.
5. Menentukan tujuan, rencana, anggaran, rekrutmen, dan training staf, mengembangkan fasilitas untuk melakukan fungsi.

(Cutlip, Center, dan Broom, 2007:7)

Dalam menjalankan fungsinya, PR menggunakan berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Munculnya internet sebagai media baru dengan segala keunggulannya, melahirkan aktivitas baru yaitu menjadikan internet sebagai sarana publisitas yang dilakukan oleh PR, sehingga muncullah konsep *cyber public relations* atau *electronic public relations*.

Pengertian E-PR sendiri berasal dari kata:

1. E adalah *electronic* sama halnya dengan E sebelum kata *mail* atau *commerce* yang mengacu pada media elektronik internet.

2. P adalah *Public* tidak pada publik tetapi pada konsumen juga tidak mengacu pada satu jenis pasar konsumen namun berbagai pasar atau *public audience*.
3. R adalah *Relations* merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis.

Pengertian E-PR secara singkat dapat diartikan sebagai kegiatan kehumasan yang dilakukan di dunia Internet. Seluruh kegiatan kehumasan dapat dilakukan di dalam internet dari mulai melakukan kegiatan publikasi sampai melakukan *customer relations management* E-PR adalah penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) untuk keperluan PR. Dunia yang ditengarai oleh Internet, dimana setiap aktivitas secara langsung atau tidak langsung ditengarai oleh Internet, karena itu setiap bentuk aktivitas PR semakin membutuhkan satu atau lebih unsur ICT.

Hal ini berarti bahwa setiap praktisi PR perlu memiliki perangkat ICT dan terampil dalam menggunakannya, dan tentu dalam hal ini tanpa ICT kegiatan PR mereka tidak akan efektif. Pada prinsipnya untuk menggunakan perangkat tersebut tidak diperlukan suatu keahlian atau *learning curve* yang tinggi. E-PR adalah satu-satunya cara untuk membangun citra/reputasi di dunia yang tidak kasat yaitu dunia maya mengingat internet telah menghadirkan dunia maya di samping dunia nyata, demikian seperti yang dikatakan oleh David Phillips, penulis dari buku terkenal yang berjudul *Online Public Relations*, sewaktu mendefinisikan E-PR ke dalam beberapa pengertian. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), 5 April 2014)

## 2.2. Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi adalah penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Komunikasi adalah upaya untuk menciptakan “kebersamaan dalam makna” (*commonness in meaning*). Sehingga teknologi komunikasi dapat diartikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan guna melancarkan upaya untuk mencapai kebersamaan dalam makna antar orang dalam masyarakat (Lubis, 1997 : 42 ) sebagaimana dikutip dalam Wulan Suciska dan Hestin Oktiani (2013:6). Rogers, 1986 dalam Lubis (1997:42) mendefinisikan teknologi komunikasi sebagai alat perangkat keras, struktur



organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, memroses, dan mempertukarkan informasi dengan orang lain (Suciska dan Oktiani, 2013:6)

Kemajuan teknologi komunikasi, menurut Ploman, 1981 dalam Nasution (1990 : 11) ditandai oleh tiga karakteristik yakni:

1. Tersedianya keluwesan dan kesempatan memilih di antara berbagai metode dan alat untuk melayani kebutuhan manusia dalam komunikasi. Bila pada masa lalu hanya ada alat peralatan “berat”, yang profesional, dan mahal, maka kini tersedia bermacam sarana yang lebih “ringan”, metode yang hanya memerlukan ketrampilan minimal, serta murah. Dengan kata lain, kini kita bisa memilih sendiri tingkat teknologi yang kita perlukan.
2. Kemungkinan mengkombinasikan teknologi, metode, dan sistem-sistem yang berbeda dan terpisah selama ini. Berbagai bentuk baru transfer komunikasi dan informasi telah dimungkinkan dengan pengombinasian tersebut.
3. Kecenderungan ke arah desentralisasi, individualisasi dalam konsep dan pola pemakaian teknologi komunikasi (Suciska dan Oktiani, 2013: 6-7)

### **2.3 Internet dan *Cyber Community***

Kehadiran internet adalah suatu keniscayaan akibat kemajuan masyarakat. Dalam bukunya yang berjudul ‘Indonesia di Era Dunia Maya’, A. Muis menuliskan terjadinya pemekaran jenis-jenis media sebagai akibat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang luar biasa, globalisasi media pun dalam kualitas.

Jaringan internet global telah menciptakan sebuah jalan raya sarat informasi (*information superhighway*) yang amat luas dan seakan-akan tidak berujung. Fenomena komunikasi umat manusia ini sebenarnya sudah diprediksi oleh Marshal McLuhan dengan konsepnya, *The Global Village*. Sejak tahun 1996, peranan komunikasi internet cenderung menjadi sebuah jenis media massa baru, karena pengguna internet sudah massal (Kriyantono, 2008: 240).

Kehadiran internet telah membuat dunia tersambung tanpa jarak dan waktu, membentuk apa yang kemudian disebut *cyber community*.

*Community* adalah masyarakat, kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (territorial) tertentu yang hidup relatif lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta dapat menghidupi dirinya sendiri.

Perkembangan teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cyber community*). Masyarakat maya adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan sebagai sebuah realitas (Bungin, 2006:159-160).

Penggunaan internet oleh anggota masyarakat dengan jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya didasari oleh beberapa keunggulan yang dimiliki, yang membedakannya dengan media sebelumnya, yaitu:

1. Desentralisasi, yang dapat diartikan bahwa pusat informasi tidak lagi pada pemasok komunikasi. Setiap individu, kelompok, institusi bisa menjadi pemasok komunikasi. Individu dapat membuat *web* sendiri, begitu pula dengan institusi
2. Kemampuan tinggi, dalam arti tidak terjadi hambatan komunikasi disebabkan oleh pemancar sinyal karena lewat satelit dan kabel.
3. Timbal balik, dalam arti ada interaksi langsung antara sumber dengan penerima.
4. Kelenturan atau fleksibilitas pada bagian isi, bentuk atau penggunaan (Kriyantono,2008:240-241).

Dalam sistem internet, kelompok terbesar dalam masyarakat maya adalah kelompok dan keanggotaannya didasarkan pada kebutuhan layanan tuan rumah (*website*) terhadap tamu yang terdiri dari dua status keanggotaan, pertama adalah keanggotaan yang bersifat *free* (bebas biaya) dan yang kedua keanggotaan tetap berdasarkan pada status *members* pada *provider* atau *website* tertentu. Jadi, pengelompokan anggota dalam masyarakat maya terjadi ketika kebutuhan informasi tertentu dapat dilayani oleh pemilik *website* (tuan rumah) dengan sebaik-baiknya dan sebanyak-banyaknya, terutama ketika informasi itu dapat diakses dengan mudah dan bebas oleh masyarakat luas. Semakin besar kelompok (jaringan) atau semakin banyak orang yang berlalu lalang melalui jaringan

tertentu , merupakan ukuran bahwa jaringan atau *website* itu memiliki kualitas publik yang *marketable* (Bungin, 2006:165).

#### **2.4. Pemanfaatan Internet oleh *Public Relations***

Tantri Puspita Yazid dalam abstrak tesisnya (2013) menyatakan bahwa perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet sebagai suatu bentuk *new media* tidak dapat dielakkan lagi. Terutama sejak ditemukannya *website*. Perkembangan internet berdampak besar terhadap semua lini kehidupan. Humas yang pada awalnya hanya bekerja menggunakan media konvensional dituntut untuk dapat bekerja dengan internet. Penggunaan internet sebagai media kehumasan dikenal dengan istilah *electronic public relations* atau *cyber PR*. Sedangkan dalam pemerintahan, pemanfaatan internet oleh pemerintah dikenal dengan nama *electronic governance (e-gov)*. *E-gov* merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk dapat membantu mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Salah satunya melalui pemanfaatan *website*. Dimana setiap instansi pemerintahan baik pusat dan daerah diwajibkan memiliki *website* atau portal masing-masing (<http://etd.ugm.ac.id>, 05 April 2014)

Frida Kusumastuti (1997) sebagaimana dikutip oleh [www.wikipedia .com](http://www.wikipedia.com), yang diakses penulis pada 04 April 2014 menyatakan bahwa kegiatan PR bisa lebih fleksibel dari yang dilakukan di dunia nyata, ketika program kehumasan konvensional mengeluarkan biaya hampir ratusan juta dalam sebuah perusahaan besar, jika program tersebut dilakukan melalui Internet akan jauh lebih murah. Diantara kegiatan yang bisa dilakukan dalam hal ini adalah :

Pertama, publikasi. Kegiatan publikasi yang di lakukan PR dalam internet dapat dilakukan dengan jalan mengikuti mailing list-mailing list yang sesuai dengan target market perusahaan kita. Banyaklah menuliskan tulisan berupa artikel, press release mengenai perusahaan anda dalam milis tersebut. Dengan begitu seluruh anggota milis akan kena terpaan publikasi yang telah PR lakukan. Selain mengikuti mailing list yang sesuai dengan target market perusahaan, PR juga

harus secara berkesinambungan memproduksi e-newsletter kepada member website perusahaan anda. Tetapi, jangan sekali-kali melakukan spamming terhadap pengguna internet, karena dengan melakukan spamming maka kredibilitas perusahaan anda akan hancur. Karena spamming adalah kegiatan berkonotasi negatif bagi pengguna internet, spamming bisa dikatakan sebagai kegiatan yang memaksakan kehendak dalam memberikan informasi. Jalan yang paling aman adalah mengirimkan newsletter pada anggota website anda yang secara sukarela mendaftarkan alamat emailnya untuk dikirimkan informasi tentang perusahaan anda.

Kedua, menciptakan Berita (Media Relations). Untuk menjaga hubungan baik dengan wartawan dapat dilakukan melalui email, jika seorang PR mempunyai database alamat email seorang wartawan akan lebih sangat mudah dalam mengirimkan siaran pres. Jika perusahaan anda mempunyai siaran pres yang butuh disampaikan dengan segera, anda tinggal sekali “click” maka siaran pres anda akan langsung sampai di meja wartawan. Untuk tetap menjaga hubungan baik, anda bisa menyapa wartawan tersebut lewat email menanyakan kabar wartawan tersebut dan kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan. Malah jika anda sudah sangat akrab dengan wartawan tersebut anda dapat melakukan wawancara / konferensi dengan menggunakan Instant Messenger

Kriyantono (2008:243) menyatakan bahwa ketika perusahaan mengaplikasikan teknologi internet dalam operasional perusahaan (organisasi) misalnya dengan memiliki alamat web, maka akan menempel citra tertentu sebagai perusahaan yang:

- Lebih berorientasi pada konsumen dan responsif
- Lebih informatif
- Lebih canggih dan berteknologi tinggi
- Lebih dekat dengan pasar intelektual dan kaum muda

Melalui internet, dimungkinkan menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik.

Lebih lanjut dikatakannya, bahwa terdapat beberapa keuntungan yang didapat dari penggunaan aplikasi internet (dalam konteks penelitian ini adalah website) dalam praktik *public relations*.

Keuntungan atau manfaat-manfaat tersebut adalah:

- a. Komunikasi dengan biaya murah dan cepat sampai ke public Internet selain menyediakan informasi juga dapat sebagai sarana komunikasi.
- b. Sarana mendapatkan informasi kemajuan dunia, yang dapat dijadikan input bagi public relations.
- c. Memelihara hubungan dengan media
- d. Membentuk kelompok diskusi dan bisnis
- e. Sarana promosi dan pencitraan korporat
- f. Menghemat waktu
- g. Mendukung program pemasaran
- h. Komunikasi efektif antara organisasi dengan publiknya
- i. Memenuhi kebutuhan Publikk
- j. Penggunaanya untuk publisitas online (2008:243-246)

## **2.5 Website sebagai Sarana Public Relations**

### **2.5.1 Web dan Jenis Web**

*Website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi. Secara garis besar, *website* bisa digolongkan menjadi 3 bagian yaitu:

**Website Statis** adalah *web* yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit code yang menjadi struktur dari *website* tersebut.

**Website Dinamis** merupakan *website* yang secara struktur diperuntukan untuk *update* sesering mungkin. Biasanya selain utama yang bisa diakses oleh *user* pada umumnya, juga disediakan halaman *backend* untuk mengedit konten dari *website*.

Contoh umum mengenai *website* dinamis adalah *web* berita atau *web* portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya.

**Website Interaktif** adalah web yang saat ini memang sedang *booming*. Salah satu contoh website interaktif adalah blog dan forum. Di website ini *user* bisa berinteraksi dan beradu argumen mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya *website* seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak keluar jalur (<http://forum.kompas.com/jaringan-telekomunikasi-dan-internet/70377-apa-itu-website.html>. 4 April 2015 pukul 8.00, Diposting Juli 2011).

### 2.5.2 Mengelola *Website*

*Website* adalah sarana komunikasi yang sangat efektif bagi organisasi dengan publik eksternalnya. Saat ini, ketika masyarakat membutuhkan informasi terkait organisasi atau kegiatan atau layanan yang dilakukan oleh sebuah organisasi, maka orang akan langsung bertanya tentang alamat *website* organisasi tersebut, dengan harapan ia akan mendapatkan apa yang dibutuhkan pada sajian informasi yang terdapat pada *website*.

Alamat web menjadi lebih sekadar “homepage” perusahaan (organisasi). *Web* menjadi rumah virtual perusahaan (organisasi). Bagi konsumen (masyarakat), *web* adalah tempat menemukan perusahaan (organisasi) sehingga *web* menjadi rumah nyata bagi perusahaan (organisasi) senyata alamat fisiknya. Agar berdaya guna, maka *website* perlu dikelola dengan baik. Louis K.Falk memberikan tips mengelola *website* melalui enam aturan:

1. Setiap *link* yang ditawarkan harus *online* (*no dead links*)

Semua link harus aktif. Jangan sampai saat di-*klik* ternyata tidak aktif. Ini jelas mengecewakan pengguna. Dan jika terjadi berulang kali akan menjatuhkan kepercayaan publik.

2. Tersedia kontak informasi (*contact information*)

Jika pengguna memerlukan informasi lebih, seharusnya diberitahu bagaimana mendapatkannya. Kemudian permintaan pengguna tersebut mesti dijawab. Jika tidak, maka *website* dianggap tidak profesional.

3. 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 *website*.

4. Pewarnaan (*Use of Color*)

Gunakan warna yang memungkinkan isi pesan dalam layar *website* dapat dengan mudah dibaca. Warna juga berfungsi agar tampilan lebih menarik asal tidak mengganggu upaya membaca informasi.

5. Mudah penggunaannya

Informasi dalam *website* mesti sudah siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlink* harus akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous & forward level*). Pengakses juga selalu bisa kembali ke *homepage*. Pengakses bias frustrasi jika tidak bisa kembali ke *homepage* dan mesti *start* lagi.



## 6. Bertujuan

Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. *Website* sebuah institusi non profit (sebagai contoh Universitas Brawijaya Malang) biasanya menampilkan menu-menu seputar institusi beserta segala kegiatannya. Hal ini menjadi variasi pilihan bagi publik untuk memperoleh gambaran detail tentang institusi. Pada dasarnya *website* merupakan gambaran menyeluruh dan representasi dari sebuah institusi. Di situ mencakup *company profile*, *annual report*, *news release*, dan sebagainya (Kriyantono,2008:248-250).

### **2.5.3 Merancang Pesan yang Berorientasi Publik (*Public Oriented Information*) pada *Website***

Kegiatan *public relations* merupakan sebuah proses komunikasi. Artinya semua unsur komunikasi terdapat dalam kegiatan *public relations*. Hal ini berarti juga bahwa agar sebuah kegiatan *public relations* berjalan dengan baik maka harus menerapkan prinsip-prinsip berkomunikasi secara efektif, termasuk dalam hal bagaimana merancang pesan.

Colin Coulson-Thomas (2005:4-5) menyatakan bahwa praktek *public relations* menuntut kepekaan terhadap setiap kecenderungan dan peristiwa.

Berkecimpung dalam masalah-masalah komunikasi menuntut kepekaan terhadap keberadaan manusia, kebutuhan, dan minatnya. Masalah-masalah manajemen dapat ditelusuri dari kegagalan dalam berkomunikasi.

*Public relations* adalah salah satu strategi/metode dalam berkomunikasi (Effendy, 2005:8). Sebagai sebuah strategi, *public relations* juga harus memperhatikan berbagai hal agar dapat berjalan dengan baik. Hal-hal tersebut adalah:

- a. Mengenali sasaran komunikasi
- b. Pemilihan media komunikasi
- c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
- d. Peran komunikator sebagai pihak yang memiliki daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

Singkatnya, informasi yang disampaikan oleh *public relations officer* hendaknya berorientasi pada publik, mulai dari aspek sumber, media, pesan, dan tujuannya.

Informasi yang muncul di *website* adalah sebuah kemasan berita, baik yang bersifat *soft news*, maupun *hard news*.

Anggoro (2008: 161) menguraikan sebuah rumus penyusunan siaran berita yang bermutu dan teruji. Standard yang dipergunakan di dalam rumus ini juga merupakan standard yang dianut oleh para editor. Dalam bahasa aslinya, rumus tersebut lebih dikenal dengan akronom SOLAADS. Berikut rinciannya:

1. *Subject* atau subyek: apa yang dituturkan oleh cerita/berita
2. *Organization* atau organisasi,: apa sebutan/nama organisasi/perusahaan yang bersangkutan atau berkepentingan.
3. *Location* atau lokasi: Dimana organisasi itu berlokasi
4. *Advantages* atau keunggulan: apa saja kelebihan atau keunggulannya? Apakah yang baru? Dimana letak atau aspek kekhususannya? Serta apa pula manfaatnya?

5. *Application* atau aplikasi/penerapan: apa saja kegunaannya? Siapa pengguna atau pihak-pihak yang dapat memanfaatkannya?
6. *Details* atau rincian: berapa ukurnya, apa warnanya, berapa harganya, bagaimana bentuk dan penampilannya (dan berbagai hal rinci lainnya)?
7. *Source* atau sumber: Dimana produk bisa diperoleh (Kegiatan dapat diikuti)? Jika tidak ada lokasi khusus maka sumber yang dipakai adalah alamat kantor pusat organisasi.

Rumus tersebut dapat juga dijadikan sebagai rujukan dalam mengemas informasi yang akan disajikan di *website* sehingga informasi yang diberikan bernilai orientasi publik.

Cutlip, Center, dan Broom (2007: 392-396), menguraikan mengenai bagaimana membingkai pesan pada kegiatan kehumasan sebagai strategi berkomunikasi.

Prinsip pertama adalah mengetahui dari dekat pandangan klien dan situasi problem. Kedua, mengetahui kebutuhan, kepentingan dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat, dan audien.

Pembingkaiian pesan bukan hanya untuk audien sasaran tapi juga untuk media, sehingga pesan hendaknya memiliki nilai berita. Prinsip selanjutnya adalah pesan harus dapat dipahami-tidak rumit, dan mudah ditangkap. Pesan harus mengandung topik dan bersifat lokal agar audien tertarik dengan informasi yang dekat dengan mereka. Selain itu pesan juga harus dapat ditindaklanjuti segera. Informasi harus

disusun sedemikian rupa sehingga informasi dapat menjawab pertanyaan audien, merespons kepentingan dan perhatian audien, dan memberdayakan audien untuk bertindak berdasarkan kepentingan dan perhatian mereka.

Pendekatan lain dalam membingkai pesan dalam *web* adalah dengan menggunakan rumusan “30-3-30” yang disusun oleh almarhum Clay Schoenfeld. Angka pertama berarti bahwa banyak audien akan memberi perhatian kepada anda tak lebih dari 30 detik, yang berarti maksud utama anda harus dinyatakan dengan tegas, positif, dan jelas. Angka kedua berarti bahwa orang akan memberikan perhatian 3 menit, yang berarti Anda dapat menggunakan kalimat yang tegas, sub judul , ilustrasi, foto dan bahkan ringkasan pernyataan. Angka ketiga berarti audien memberikan 30 menit waktunya untuk memahami isi pesan.

Pembingkaiian pesan/informasi memerlukan perhatian pada 4 fakta dasar:

1. Audien adalah orang-orang yang melakukan berbagai aktivitas dalam kerangka institusi sosial, karenanya pesan dari komunikator hanya salah satu dari sumber yang mempengaruhi mereka.
2. Orang cenderung membaca, melihat, mendengarkan komunikasi yang menyajikan sudut pandang yang mereka sukai atau yang berhubungan dengan mereka.
3. Media menciptakan komunitas yang terpisah, ruang bicara *online* adalah contoh dari komunitas teknologi tinggi yang diciptakan oleh media khusus.

4. Media memberikan banyak efek kepada pengetahuan individual dan kolektif, predisposisi, dan perilaku, yang tidak semua bias diukur dengan mudah (Cutlip, Center, Broom, 2007: 396)

Dengan mengacu pada strategi peningkatan pesan/informasi yang *public oriented* diharapkan *website* akan dapat menjadi implementasi *cyber public relations* yang efektif bagi pencapaian tujuan organisasi.

Kriyantono (2008:253) menyatakan bahwa, secara berkala, *public relations* mesti memantau hasil yang diperoleh dari penggunaan media *online* sebagai media komunikasi dengan publiknya. Beberapa hal yang biasa dilakukan *public relations* untuk mengevaluasi efektivitas *website* adalah:

- a. Menghitung jumlah orang yang mengunjungi dan memberikan informasi rinci mengenai dirinya pada *website* yang disediakan *public relations*.
- b. Mengukur tingkah laku khalayak. Pengukuran dapat dilakukan pada berapa banyak orang yang memberikan umpan balik melalui saluran-saluran yang tersedia dan berapa banyak yang menggunakan jasa perusahaan dan sebagainya.
- c. Memantau liputan media. Berapa banyak informasi yang tersedia di *website* dijadikan sumber berita oleh media. Berkaitan dengan hal ini, *public relations* perlu mencatat berapa banyak wartawan yang memberikan alamat email untuk mendapatkan *release* atau informasi lainnya, jumlah wartawan yang berlangganan email *public relations*, jumlah wartawan yang pernah menggunakan hubungan lewat *website* dan situs *public relations*, seberapa lengkap informasi *website* yang ditulis

wartawan, apakah wartawan merasa jelas dan lengkap akan informasi website dan sebagainya.

- d. Memantau penambahan *database*. Sifat internet yang "one to one" memungkinkan *public relations* mendapatkan informasi rinci tentang khalayak sasaran yang tidak dapat diperoleh dari media konvensional. Informasi-tentang khalayak tersebut akan masuk ke *database* marketing. Penambahan *database* ini yang menjadi ukuran aktivitas *public relations*.

#### **2.5.4 Feedback atau Respons Balik Komunikator**

Umpan balik dapat kita maknai sebagai jawaban komunikator atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya. dalam komunikasi yang dinamis, sebagai mana diutarakan, komunikator dan komunikan terus-menerus saling bertukar peran. Karenanya, umpan balik pada dasarnya adalah pesan juga, yakni ketika komunikan berperan sebagai komunikator-2 (Vardiansyah 2004:27).

Namun perlu diketahui bahwa umpan balik memiliki konsekuensi yang dapat mematahkan kreativitas komunikator jika hal itu bertendensi negatif, sebaliknya bisa juga mendorong komunikator untuk lebih maju dan lebih baik, jika umpan balik bersifat positif. Oleh karena itu dalam memberi umpan balik kepada komunikator, penerima perlu mawas diri dengan penuh kebijakan sehingga bisa tetap menjadi mitra yang baik dalam hubungan antar manusia (Cangara 2008:198-169).

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dikatakan bahwa respons balik atau feedback adalah tanggapan, penilaian komunikasi terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Respons balik dapat bersifat negatif, dapat pula positif.

Feedback dapat memberi manfaat komunikator pesan berupa informasi, saran yang didapat dapat menumbuhkan rasa percaya diri dan juga dapat memperjelas suatu persepsi.

## **2.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Internet sebagai media baru memiliki manfaat yang sangat besar bagi masyarakat dan lembaga pemerintah di daerah, jika pesan-pesan yang disajikan dalam website sebagai salah satu bentuk implementasi *cyber public relations*, mengacu pada prinsip dasar medesain pesan dimana informasi yang disampaikan berorientasi pada kepentingan public (*public oriented information*). Website yang dikelola dengan baik, tidak hanya merupakan bentuk pelayanan kepada kepentingan public, tetapi juga akan menciptakan citra positif lembaga, menumbuhkan opini publik yang mendukung. Tentu saja hal ini akan berkontribusi pada upaya pencapaian tujuan organisasi/lembaga. Jadi amat disayangkan jika hal tersebut tidak dilakukan, karena terdapat pengelolaan *web* yang tidak optimal dikarenakan kurangnya kesadaran akan manfaat yang dimiliki.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan respons para akademisi di lingkungan FISIP Unila sebagai pengguna *website* Pemerintah Kota Bandar Lampung mengenai konten website tersebut apakah telah

berorientasi pada kebutuhan public. Selain itu juga, penelitian ini akan melihat secara detail bagaimana informasi yang disajikan di dalam *web* tersebut, apakah telah menerapkan prinsip dasar meringkai pesan yang berorientasi pada publik. Hal ini penting dilakukan karena hasil temuan dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi lembaga yang bersangkutan, juga lembaga lain di lingkungan Pemerintah Kota Bandar Lampung khususnya, dan Provinsi Lampung pada umumnya, serta bagi pemerintah daerah lain di Indonesia pada level yang lebih luas lagi, agar dapat mengelola *website* secara optimal, memanfaatkan internet dengan cerdas, dalam rangka memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat, sekaligus mendukung terciptanya *good governance*.

Hasil penelitian ini akan di tulis dalam bentuk artikel ilmiah yang diharapkan dapat dimuat di jurnal terakreditasi, sehingga dapat terpublikasi secara luas. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan menjadi bagian dari buku ajar mata kuliah Komunikasi Massa di Program Studi Kehumasan yang diasuh oleh penulis.



## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode yang Digunakan

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Nazir (1988: 63-64) mengatakan metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sementara Masri Singarimbun (1989: 4-5) menyatakan bahwa penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Apa yang dijelaskan oleh Masri Singarimbun inilah yang akan dijadikan acuan bagi penelitian ini.

Deskripsi yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah seperti apakah respons para dosen di FISIP Unila sebagai user *website* sebagai implementasi dari *cyber public relations* jika dilihat dari orientasi informasi yang disajikan dalam *website*

lembaga pemerintah daerah, apakah informasi dan format pesannya sudah berorientasi pada publik atau belum.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun informan penelitian ini adalah dosen di lingkungan FISIP Unila. Informan dipilih berdasarkan kriteria sebagai user dari werhadap bsite Pemkot Bandar Lampung, mengetahui dengan baik seluk beluk website. Keterdedahan mereka terhadap internet cukup tinggi, yang ditandai dengan penggunaan internet yang dilakukan setiap hari. Berdasarkan criteria tersebut maka terpilihlah 12 orang dosen sebagai informan penelitian ini.

### **3.2. Informan Penelitian**

Berdasarkan kriteria seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka terpilihlah informan sebagai berikut:

1. Andi Windah, S.Ikom., Mcomn & MedSt. (Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, Unila)
2. Teuku Fahmi S.Sos, M.Si (Dosen Jurusan Sosiologi, FISIP, Unila)
3. Wulan Suciska, S.Ikom., M.Si (Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi)
4. Dr. Novita Tresiana (Dosen Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila)
5. Dewie Ayoe, S.Sos., M.Si. (Dosen Jurusan Sosiologi)
6. Devie Yulianti, M.Si (Dosen Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila)
7. Damayanti, M.Si. (Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, FISIP, Unila)
8. Dr. Deddy Hermawan (Dosen Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila)
9. Meiliyana, S.IP., M.A. (Dosen Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila)

10. Damar Wibisono, M.Si. (Dosen Jurusan Sosiologi, FISIP, Unila)
11. Dwi Wahyu H.,M.Si (Dosen Jurusan Hub. Internasional,FISIP, Unila)
12. Gita Karisma, M.Si. (Dosen Jurusan Hub. Internasional, FISIP, Unila)

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berhubungan dengan variabel penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan 12 orang dosen dari berbagai jurusan di lingkungan FISIP Unila. Selain itu juga dengan melakukan pengamatan langsung pada website Pemkot Bandar Lampung. Kedua teknik ini dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari dokumentasi dan studi kepustakaan.

### **3.4. Teknik Pengolahan dan Analisa Data**

Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan mengikuti apa yang dikemukakan oleh Suyanto dan Sutinah (2006: 13) yang menyatakan bahwa cara pengklasifikasian data berdasarkan beberapa tema dapat dilakukan dalam penelitian kualitatif. Adapun tahapan analisa data dilakukan dengan cara:

1. Mereduksi data

Tahap ini merupakan tahapan penyederhanaan dan pengorganisasian data. Peneliti memilih data-data penting dan relevan dengan tujuan penelitian, untuk kemudian disajikan dan dilakukan pembahasan.

## 2. Menyajikan data

Penyajian data dilakukan dengan membuat tabel hasil wawancara yang didukung dengan hasil observasi dan hasil teknik pengumpulan data lainnya, yang disistematisasi sehingga dimungkinkan untuk dilakukannya pengambilan kesimpulan.

## 3. Memverifikasi data

Pada tahapan ini, Apa yang ditampilkan dalam tahap penyajian data diberikan makna lebih lanjut dan dikonfirmasi dengan penjelasan secara teoritis yang relevan, sehingga dapat diketahui dan dapat dideskripsikan mengenai kondisi dari apa yang telah ditetapkan dalam tujuan penelitian.

Melalui langkah tersebut akan diketahui kondisi respons informan sebagai user website dan keterkaitan antardata. Selanjutnya data diinterpretasikan dengan menggunakan teori-teori substantif yang relevan yang terkait dengan tanggapan pengguna terhadap content website.

### **3.5 .Definisi Konsep**

Respons/Umpan balik adalah tanggapan, jawaban komunikasi atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya. dalam komunikasi yang dinamis, sebagai mana diutarakan, komunikator dan komunikasi terus-menerus saling bertukar peran. Karenanya, umpan balik pada dasarnya adalah pesan juga, yakni ketika komunikasi berperan sebagai komunikator.

*Public Oriented Information* adalah pesan, informasi, format pesan yang dibuat dan disajikan berdasarkan kepentingan, kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan kognisi, afeksi, integratif personal, integratif sosial, maupun pelepasan ketegangan. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Kebutuhan integratif pribadi adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, dan stabilitas, dan status individual. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak keluarga, teman, dan dunia ( Nurudin,2007:194-195).

*Cyber Public Relations* adalah kegiatan *public relations* yang menggunakan jaringan internet sebagai media saluran pesan dari organisasi untuk disampaikan kepada publiknya/masyarakat.

*Website* halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi

### 3.6. Fokus Penelitian

Informasi yang berorientasi pada publik (*public oriented information*) pada *website* dapat dioperasionalkan sebagai pesan, informasi, format pesan, yang merupakan isi *website* yang terdiri atas, teks, gambar, dan unsur pesan lainnya yang dibuat dan disajikan di *website* berdasarkan kebutuhan, kepentingan publik, yang dapat dilihat dari beberapa hal yaitu:

1. *Subject* atau subyek: apa yang dituturkan oleh cerita/berita/informasi
2. *Organization* atau organisasi,: apa sebutan/nama organisasi/perusahaan yang bersangkutan atau berkepentingan.
3. *Location* atau lokasi: Dimana organisasi itu berlokasi
4. *Advantages* atau keunggulan: apa saja kelebihan atau keunggulannya? Apakah yang baru? Dimana letak atau aspek kekhususannya? Serta apa pula manfaatnya?
5. *Application* atau aplikasi/penerapan: apa saja kegunaannya? Siapa pengguna atau pihak-pihak yang dapat memanfaatkannya?
6. *Details* atau rincian: berapa ukurnya, apa warnanya, berapa harganya, bagaimana bentuk dan penampilannya (dan berbagai hal rinci lainnya)?
7. *Source* atau sumber: Dimana produk bisa diperoleh (Kegiatan dapat diikuti)? Jika tidak ada lokasi khusus maka sumber yang dipakai adalah alamat kantor pusat organisasi.

Adapun *website* sendiri harus dilihat bahwa:

1. Setiap *link* yang ditawarkan harus *online* (*no dead links*)  
Semua link harus aktif. Jangan sampai saat di-*klik* ternyata tidak aktif.
2. Tersedia kontak informasi (*contact information*)

Jika pengguna memerlukan informasi lebih, seharusnya diberitahu bagaimana mendapatkannya. Kemudian permintaan pengguna tersebut mesti dijawab.

3. Penataan penempatan informasi (*placement of information*)

Informasi yang lebih penting seharusnya di tempatkan pada sisi kiri layar untuk memastikan dibaca lebih dahulu oleh pengakses *website*.

4. Pewarnaan (*Use of Color*)

Gunakan warna yang memungkinkan isi pesan dalam layar *website* dapat dengan mudah dibaca. Warna juga berfungsi agar tampilan lebih menarik asal tidak mengganggu upaya membaca informasi.

5. Mudah penggunaanya

Informasi dalam *website* mesti sudah siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlink* meski akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous & forward level*).

6. Bertujuan

Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya.

## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Tanggapan User terhadap Tampilan isi Website Pemkot Bandar Lampung

Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan *user* terhadap tampilan Website Pemkot Bandar Lampung meliputi pertanyaan tentang bagaimana tanggapan mereka terhadap komposisi informasi, gambar, huruf dan warna. Selain itu juga tentang bagaimana tanggapan mereka terhadap ketepatan penempatan informasi pada website, pewarnaan kaitannya dengan kemudahan membaca informasi dan kemenarikan website. Adapun jawaban para informan mengenai hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel No. 1 Tanggapan User terhadap Tampilan Website Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan 1	sudah cukup memadai, dengan menempatkan informasi terkini di bagian paling atas,	Menurut saya, komposisi dan tata letak informasi, gambar, huruf, dan warna website ini masih kurang tertata rapi dan cenderung sangat “crowded”. Contohnya informasi-informasi yang di tampilkan terlalu banyak sehingga memenuhi tampilan layar. Pemilihan warna pun seperti ala kadarnya sehingga



			<p>kurang menarik.</p> <p>Warna terlalu standar, sehingga kurang menarik. Meskipun web ini dikelola pemerintah kota seharusnya bisa dibuat lebih atraktif dengan tidak berlebihan.</p> <p>pemilihan warna terlalu standar, penampilan jadi kurang menarik dan membuat bingung. Misalnya saja kotak siaran pers yang berada di tengah dengan warna abu-abu yang tidak sinkron dengan keseluruhan tampilan website yang dominan putih</p>
2	<b>Informan 2</b>	<p>Tampilan website cukup atraktif. Perihal tata letak, cukup memudahkan bagi para <i>user</i> untuk menemukan informasi yang dibutuhkan. Hal ini didukung dengan dikombinasikannya gambar, huruf, dan warna yang menjadikan laman tersebut cukup menarik &amp; aplikatif dalam membantu <i>user</i> dalam menggunakan fasilitas laman tersebut.</p> <p>perwarnaan yang ada saat ini sudah cukup baik dalam memberikan informasi yang ada.</p>	<p>Sejauh ini penataan penempatan informasi yang ada pada halaman muka masih cenderung bersifat pemberitaan aktivitas saja. Barangkali dapat dikombinasikan dengan ditatanya “kolom pengumuman” yang update dengan situasi terbaru di Bandar Lampung.</p> <p>Untuk pewarnaan tidak terlalu memiliki masalah yang berarti, hanya saja pilihan fontasi yang dapat dikatakan terlalu kecil. Pun juga jenis fontasi yang terlalu rapat, barangkali ini dapat disetting/disesuaikan kembali.</p>
3	<b>Informan 3</b>	<p>sepertinya informasi berdasarkan kebaruan ya.. tapi beritanya berhenti di bulan mei.. belum ada update lagi.</p>	<p>sudah bagus, tapi masih kurang menarik.. komposisinya kurang berimbang.. sebelah kiri hanya berisi tulisan tanpa warna dan gambar.. sebelah kanan hanya iklan saja.</p> <p>backgroundnya yang putih memang memudahkan membaca tulisan.. tp menurut saya kurang atraktif.</p> <p>kurang menarik minat baca.. terlalu polos.</p>

4	<b>Informan 4</b>	<p>Komposisi informasi, gambar, huruf, warna , memadai, namun bagi kami bukan itu hal yang utama</p> <p>penataan penempatan informasi pada web ini Sudah memadai</p> <p>penggunaan warna yang memungkinkan isi pesan dalam layar website dapat dengan mudah dibaca cukup memadai</p> <p>penggunaan warna, sudah memadai berfungsi dengan baik agar tampilan lebih menarik dan tidak mengganggu upaya membaca informasi</p>	
5	<b>Informan 5</b>	<p>penataan penempatan informasi sudah pas dan tepat</p> <p>pewarnaan warna pada website sudah bagus dan tepat karena informasi dapat dengan mudah dibaca</p> <p>penggunaan warna sudah berfungsi dengan baik dan tidak mengganggu dalam membaca informasi</p>	
6	<b>Informan 6</b>	<p>penggunaan warna sudah berfungsi dengan baik dan tidak mengganggu dalam membaca informasi</p> <p>penempatan informasi baik, posisi informasi yang penting ditempatkan di tengah website.</p> <p>penggunaan warna yang memungkinkan isi pesan dalam layar website dapat dengan mudah dibaca cukup bagus</p> <p>penggunaan warna, sudah memadai agar tampilan lebih menarik dan tidak mengganggu upaya membaca informasi</p>	

7	<b>Informan 7</b>	Informasi terbaru tentang Bandar Lampung sudah tepat ditempatkan di halaman home, sedagkan informasi lainnya sudah dikelompokkan kedalam kategori yang lainnya.	<p>Jika ditinjau dari komposisi, tata letak informasi, huruf sudah baik sehingga memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi dari web ini, tetapi dari segi tampilan masih kurang menarik.</p> <p>Pewarnaan masih monoton sehingga membuat pengunjung kurang tertarik untuk mengakses informasi dari web ini.</p> <p>Tidak ada gangguan dalam upaya membaca informasi, hanya saja tampilan belum menarik sehingga cenderung monoton dan membosankan.</p>
8	<b>Informan 8</b>	informasi yang lebih penting ditempatkan pada sisi tepat yang memastikan dibaca lebih dahulu oleh pengakses website. Hal ini akan memberikan kepuasan pengunjung dan memberi peluang besar berkunjung kembali.	<p>Tampilan website kota Bandar Lampung dari sisi komposisi dan tata letak informasi, gambar, huruf, dan warna masih biasa saja dan belum menarik.</p> <p>Mudah dibaca, tetapi pewarnaan kurang menarik. Sebaiknya diselaraskan agar pewarnaan bisa berfungsi keduanya.</p> <p>Penggunaan warna belum berfungsi dengan baik, sehingga tampilan kurang menarik dan agak mengganggu upaya membaca informasi</p>
9	<b>Informan 9</b>	bagus & menarik tampilannya.  Penempatan informasi cukup baik	<p>Pewarnaan terkait kemudahan pembacaan ,lumayan. Tp ada beberapa bagian yang tidak bisa terbaca dgn jelas karena background warna website yg membuat tulisan jd kurang jelas</p> <p>Pewarnaan lumayan, tapi jangan sampai mengganggu proses membaca.</p>
10	<b>Informan 10</b>	Informasi penting tentang pemkot diletakkan di bagian atas halaman web. Hal ini memudahkan pengunjung dalam memperoleh informasi	Cukup menarik. Komposisi, tata letak, huruf dan warna memudahkan pengunjung untuk melihat informasi seputar Kota Bandar Lampung. Namun sayangnya dari segi gambar, tidak

		<p>penting yang akan dicari</p> <p>pewarnaan memudahkan pembaca untuk melihat bagian-bagian dari web</p> <p>sehingga dalam membaca pengunjung tidak kesulitan membaca perbagian.</p>	<p>terdapat foto atau gambar yang menampilkan ikon Kota Bandar Lampung. Selain itu tidak terdapat foto-foto kegiatan walikota, padahal tersebut dapat memperkaya informasi website dan menunjukkan kegiatan-kegiatan apa saja yang telah dilakukan</p>
<b>11</b>	<b>Informan 11</b>		<p>Kurang menarik, kaku, kurang modern terkesan jadul dan membosankan. Tidak seperti Website Pemkot Malang misalnya yang lebih modern, menarik, dan menyenangkan.</p> <p>Masih kurang, meskipun informasi terbaru ditaruh di tengah tapi karena tampilan kurang menarik, pengunjung tidak langsung focus</p> <p>Pewarnaan kurang menarik, terlalu konservatif, kuno dan kaku. Sehingga monoton dan membosankan bagi yang membaca</p> <p>Tidak terlalu ganggu, tapi pemilihan warna kurang bervariasi jadi kurang dinamis.akibatnya menjadi tidak menarik untuk baca</p>
<b>12</b>	<b>Informan 12</b>		<p>website cukup baik namun kurang menarik warna dan susunan tampilannya</p> <p>penataan penempatan informasi pada web kurang tepat</p> <p>Penggunaan warna agar mudah dibaca masih kurang, kurang cerah dan kurang berwarna</p>

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Data pada tabel menunjukkan bahwa tidak semua informan memberikan respons positif terhadap tampilan website Bandar Lampung. Hanya beberapa bagian dari tampilan website yang ditanggapi secara positif, yaitu terkait penempatan

informasi yang memudahkan untuk dibaca. Selain itu, beberapa informan juga menganggap bahwa penggunaan warna tidak mengganggu proses membaca informasi. Respons informan mengenai penggunaan warna, gambar, beberapa informan mengungkapkannya dengan kata “sudah cukup, cukup memadai, cukup baik”. Kata-kata tersebut mengindikasikan adanya tanggapan positif, namun di sisi lain belum mengindikasikan adanya kepuasan pada tampilan website terutama dalam hal penggunaan warna.

Sementara terdapat informan yang justru menilai bahwa tampilan website Pemkot Bandar Lampung **kurang menarik**. Beberapa informan juga merasa kurang nyaman dalam membaca informasi dengan tampilan yang ada. Informan menganggap komposisi dan penggunaan warna tidak mampu membuat orang tertarik untuk membaca. Komposisi yang kurang berimbang, kombinasi warna yang kurang selaras, pemilihan warna yang tidak variatif, tampilan yang kaku dan monoton, membosankan, terkesan kuno dan tidak kreatif, pemilihan fontasi huruf yang terlalu kecil dan rapat, minim gambar, terlalu sederhana, adalah beberapa faktor yang diungkapkan oleh informan yang menganggap tampilan website dianggap kurang menarik.

Louis K.Falk memberikan tips mengelola *website* melalui enam aturan (Kriyantono,2008:248-250), dua diantaranya terkait dengan hal ini, yaitu:

1. Penataan penempatan informasi (*placement of information*)

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

Apa yang terdapat pada website Pemkot Bandar Lampung, yaitu dengan menempatkan berita penting pada sisi kiri dan tengah layar sehingga segera mendapat perhatian pengunjung ketika membuka website sudah sesuai dengan apa yang dimaksud pada point ini. Namun seperti telah dikemukakan sebelumnya, penempatan informasi pada tempat yang tepat saja tidak cukup untuk membuat sebuah website memiliki daya tarik. Komposisi warna, huruf, gambar, juga memegang peranan penting dalam menciptakan *attractiveness* website sebagai representasi lembaga dalam hal ini Pemkot Bandar Lampung.

## 2. Pewarnaan (*Use of Color*)

Idealnya, website menggunakan warna yang memungkinkan isi pesan dalam layar *website* dapat dengan mudah dibaca. Penggunaan warna putih, abu-abu pada website Pemkot Bandar Lampung memang tidak membuat pengunjung terganggu ketika membaca pesan, meskipun ada juga yang menganggap warna tersebut membuat pesan agak kurang jelas dibaca. Namun harus dipahami bahwa warna juga berfungsi agar tampilan lebih menarik. Penggunaan warna yang konservatif pada website Pemkot Kota Bandar Lampung membuat sebagian pengunjung mudah membaca informasi, namun di sisi lain dianggap kaku, membosankan, dan tidak menarik oleh informan yang lain.

Hal ini dapat diartikan bahwa website Pemkot Bandar Lampung harus melakukan perbaikan dalam tampilan website nya. Memperbaiki komposisi tulisan dan gambar yang lebih proporsional, memilih warna-warna yang dinamis, menarik

namun tetap selaras dan tidak terlalu mencolok dan ramai agar tidak mengganggu proses membaca informasi yang dilakukan pengunjung. Kesederhanaan dalam tampilan website harus dimaknai sebagai kesederhanaan yang punya daya tarik, bukan kesederhanaan dalam pengertian “seadanya”.

Website Pemkot Bandar Lampung adalah website pemerintah yang lebih menekankan pada fungsi informasi dan sosialisasi kepada publik, namun akan lebih baik jika website ini meningkatkan kualitas tampilannya. Sehingga website ini bisa menjadi sarana Pemkot Bandar Lampung sebagai komunikator, yang bukan hanya mampu menjadi *source of credibility*, tapi juga *source of attractiveness* (sumber yang dapat dipercaya dan sumber yang punya daya tarik). Dengan demikian diharapkan website Pemkot Bandar Lampung bukan hanya hadir sebagai bentuk “formalitas” kewajiban bahwa setiap instansi di daerah harus memiliki website. Tetapi website ini bisa hadir menjadi media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi dan pelayanan publik, sebagai sarana untuk membantu mewujudkan *E-governance*. Website bukan hanya menjadi sarana yang penting tapi juga menyenangkan bagi para pengunjungnya.

#### **4.2. Tanggapan User terhadap Kemudahan Mendapatkan Informasi pada Website Pemkot Bandar Lampung**

Kemudahan untuk mendapatkan informasi merupakan salah satu kriteria website yang baik. Untuk mengetahui apakah website Pemkot Bandar Lampung memiliki kemudahan ini dari kacamata informan yang terdapat sebagai user, maka diajukanlah beberapa pertanyaan yang terkait dengan hal ini. Pertanyaan tersebut

adalah apakah semua link yang terdapat pada website aktif/bekerja saat di klik, ketersediaan kotak informasi untuk mendapat informasi lebih lanjut dan tanggapan yang diberikan, kemudahan dalam menggunakan link, dan kemudahan navigasi dalam website. Berikut jawaban informan mengenai hal tersebut:

**Tabel No. 2 Tanggapan User Kemudahan mendapatkan Informasi pada Website Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan 1		<p>Tidak semua aktif. Seharusnya kondisi ini dapat dihindari karena website ini adalah sumber informasi pertama yang dikunjungi oleh para pencari informasi yang berada di luar Kota Bandar Lampung.</p> <p>Kontak informasi sangat minim, kalau pun ada hampir selalu offline</p>
		<p>Navigasi cenderung mudah, kendala hanya ada di kecepatan internet masing-masing.</p> <p>memberikan link (membantu mencari informasi di sumber kedua).</p>	<p>Sejauh ini belum pernah memiliki pengalaman untuk berkomunikasi dengan pihak pengelola website.</p> <p>penggunaan website ini cenderung tidak menyulitkan, hanya saja bila diakses oleh pengunjung yang awam tentang pencarian informasi, maka website ini menjadi hanya sekedar memberikan link (membantu mencari informasi di sumber kedua), tanpa menyajikan langsung informasi yang dibutuhkan.</p>
2	Informan 2	<p>Kontak informasi yang disediakan cukup membantu sebagai jaringan komunikasi antara user dengan admin laman, ketika dibutuhkan informasi yang tidak tertera di laman pemkot.</p>	<p>beberapa link yang digunakan untuk menelusuri informasi yang dibutuhkan berfungsi dengan baik.</p>



		<p>Sejauh ini saya belum pernah menggunakan fasilitas “informasi lebih” tersebut.</p> <p>Link yang sudah cukup baik dan mudah digunakan. Selain itu, link tersebut juga dapat berfungsi dengan optimal.</p> <p>fitur tersebut dapat berjalan dengan baik. Adapun beberapa link yang otomatis membuka pada jendela (tab) baru tidak juga begitu mengganggu.</p> <p>kita dapat memanfaatkan email <a href="mailto:diskominfo@bandarlampungkota.go.id">diskominfo@bandarlampungkota.go.id</a> guna meminta informasi yang dibutuhkan.</p>	
	<b>Informan 3</b>	<p>Kontak informasi menurut saya sudah bagus.. suara publik itu biasanya dijawab oleh adminnya walaupun tidak secara langsung.</p> <p>saya belum pernah mencoba.. tapi kalau dilihat jawabannya sih memang diberitahu oleh adminnya.</p> <p>Navigasi cukup memudahkan.</p>	<p>beberapa link aktif tetapi tidak ada post di dalamnya, atau webnya justru tidak aktif.. ya sedikit mengecewakan.</p> <p>beberapa link tidak memberikan informasi apa2.. contohnya link restoran dan mall isinya tulisan latin yang gak jelas.</p> <p>Informasi tidak secara langsung, harus bertanya kepada adminnya baru dijawab.</p>
	<b>Informan 4</b>	<p>kemudahan navigasi untuk <i>previous &amp; forward level</i> cukup memadai</p>	<p>Tidak semua, terutama jika berkenaan dengan dokumen-dokumen kebijakan</p> <p>Kontak web, hanya formalitas, tidak aktif, jika pun terhubung, yang menerima tidak paham tupoksinya</p> <p>Tidak ada petunjuknya bagaimana jika ingin memperoleh informasi lebih lanjut</p> <p>Proses kurang singkat, beberapa link cukup lama utk dapat terhubung, terutama link ketika mengakses kebijakan-kebijakan pemerintah</p>

			Jika informasi yang dibutuhkan tidak terdapat pada website, tidak ada informasi yang menjelaskan dimana bisa mendapatkannya.
	<b>Informan 5</b>	<p>Semua link ketika diklik semuanya aktif dan informasinya dapat diakses. Kondisi aksesnya bagus dan informasi dalam link tersebut sangat membantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.</p> <p>ya, dengan kemudahan mengakses website dan semua informasi dalam link sangat membantu untuk mendapat informasi dengan cepat dan mudah.</p> <p>ya, navigasi untuk previous dan forward level mudah.</p>	<p>kontak informasi dalam web tersebut sulit diakses</p> <p>karena sulitnya mengakses kontak informasi maka informasi lebih yang dibutuhkan tidak memadai</p> <p>karena sulitnya mengakses kontak informasi maka tidak bisa meminta informasi lainnya</p>
<b>6</b>	<b>Informan 6</b>	<p>Penggunaan website cukup baik</p> <p>Navigasi sudah cukup</p> <p>Ada informasi untuk mendapat informasi lebih lanjut</p>	<p>Link yang terdapat pada website tidak semuanya aktif.</p> <p>ketersediaan kontak informasi kurang memadai karena hanya mencantumkan email saja.</p> <p>Tidak tahu bagaimana jika memerlukan informasi lebih</p>
<b>7</b>	<b>Informan 7</b>	<p>Navigasi kembali ke level sebelumnya</p> <p>Ada informasi mengenai bagaimana mendapatkan informasi jika informasi tersebut tidak terdapat di website.</p>	<p>Tidak semua, yang aktif hanya peta kota bandar lampung yang mungkin dengan mudah diakses dengan menggunakan google map, sedangkan informasi mengenai restoran, hotel, tempat pariwisata belum bisa diakses. Seharusnya Pemkot Bandar Lampung berupaya memberikan informasi yang detail dalam link yang tersedia di web ini karena akan meningkatkan potensi pariwisata di bandar lampung. Seperti Bank syariah, PDAM Way Rilau tidak bisa diakses dari web ini.</p> <p>Belum adanya kontak</p>

			<p>informasi yang bisa dihubungi dalam web ini, sehingga membuat kesulitan dalam memperoleh informasi tentang kota Bandar Lampung melalui web ini.</p> <p>Konten yang tersedia belum memberikan informasi yang mencukupi bagi pengunjung.</p>
	<b>Informan 8</b>	<p>Ada kemungkinan untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya</p>	<p>Sayangnya tidak semuanya link yang ditampilkan tersebut <i>online</i>/aktif, tentu hal ini membuat saya dan pengunjung lain kecewa dengan kinerja pemkot dalam pengembangan <i>e-government</i>.</p> <p>Ketersediaan kontak informasi sangat kurang</p> <p>Ya, sangat membutuhkan informasi lebih dan sekaligus diberikan informasi yang detail tentang bagaimana mendapatkan informasi tersebut.</p> <p>Namun di kontak informasi tidak ada jawaban. Ini tentu mengecewakan sikap responsif pemkot dalam memberikan layanan informasi.</p> <p>Pengunjung kurang dimudahkan dalam penggunaan website dan semua link informasi di dalamnya.</p> <p>Jika informasi yang dibutuhkan tidak terdapat pada website, informasi yang menjelaskan dimana bisa mendapatkannya belum lengkap.</p>

9	<b>Informan</b>  9	kemudahan penggunaan web cukup baik  navigasi sudah baik	aktif siy....tp kurang update info info terbaru kontak informasi.....cannot find it on the web ;) <p>pemberitahuan mendapatkan informasi lebih..cannot find directions on the web. Harusnya kan ada kolom utk bertanya n dijawab oleh operator. Tp sy gak menemukan saat saya tidak dapt informasi di web, saya gak nemu informasi yang menjelaskan dimana saya bisa mendapatkan jawaban</p>
10	<b>Informan</b>  10	Sangat memudahkan. Jika membuka link terkait maka tab baru akan muncul, sementara pada saat membaca berita tentang pemkot kita dapat dengan mudah untuk <i>previous &amp; forward</i>	Tidak semua <i>link</i> dapat dibuka. Hal ini cukup disayangkan mengingat link tersebut sangat membantu mempermudah para pengunjung dalam mengakses link terkait. <p>YM seringkali offline, ini menyebabkan kesulitan pengunjung ketika ingin menanyakan informasi yang ingin dicari/ditanyakan. YM ini sangat penting jika pengunjung ingin secara cepat memperoleh informasi. Sementara jika melalui kotak suara publik dan email pengunjung relatif lebih lama memperoleh jawaban dan informasi dari admin.</p> <p>Ya, biasanya selalu diarahkan ke dinas-dinas terkait. Meskipun tidak dilampirkan alamat website ke dinas-dinas terkait sehingga para pengunjung tetap harus mencari kembali kontak dan lokasi dinas terkait atau bahkan secara fisik</p>

			<p>harus mengunjungi dinas-dinas tersebut untuk memperoleh informasi</p> <p>Cukup baik. Tapi sayangnya admin hanya memberi alamat tanpa dibarengi dengan kontak ataupun alamat web terkait</p> <p>Cukup mudah. Walaupun tidak semua link dalam website dapat dibuka/diakses</p> <p>Tidak ada informasi yang menjelaskan dimana saya bias mendapatkan informasi yang tidak saya dapat di website</p>
11	<b>Informan 11</b>	Kalau navigasi, ya cukup mudah ada link membantu mencari informasi di sumber kedua	<p>Link pada website Tidak semua aktif, tidak semua terisi.</p> <p>Masih Kurang memadai, kalau pun ada sering offline</p> <p>Layanan informasi jika saya membutuhkan informasi lebih kurang memadai.</p> <p>Tanggapan kurang memuaskan penggunaan website ini sih mudah,tapi mengecewakan karena tidak semua menu terisi</p>
12	<b>Informan 12</b>	Navigasi cukup mudah	<p>link bisa dibuka tapi informasinya banyak yang masih kosong seperti ketika mengunjungi link restoran isinya bahasa yang tidak dikenali (bahasa belum diisi)</p> <p>Kontak informasi kurang lengkap karena tidak ada no telpon. Selain itu penempatan kontak kurang strategis sehingga tidak cepat ditemukan</p>

			<p>jika saya memerlukan informasi lebih, tidak diberitahu bagaimana mendapatkannya</p> <p>tidak ada informasi dimana bias mendapatkan informasi yang tidak saya temukan di web.</p>
--	--	--	---

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel diketahui bahwa hamper seluruh responden menanggapi positif pada sistem navigasi website Pemkot Bandar Lampung. Navigasi web ini dianggap mudah dan memudahkan untuk menelusur informasi. Setiap level dalam website memungkinkan pengunjung untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya.

Hal ini berarti, website Pemkot Bandar Lampung sudah memenuhi salah satu kriteria website yang baik, yaitu mudah penggunaannya, yang artinya informasi dalam website mesti sudah siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlink* harus akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous & forward level*). Pengakses juga selalu bisa kembali ke *homepage*. Pengakses bias frustasi jika tidak bisa kembali ke *homepage* dan mesti *start* lagi, namun hal ini tentunya tidak dialami oleh user website Pemkot Bandar Lampung..

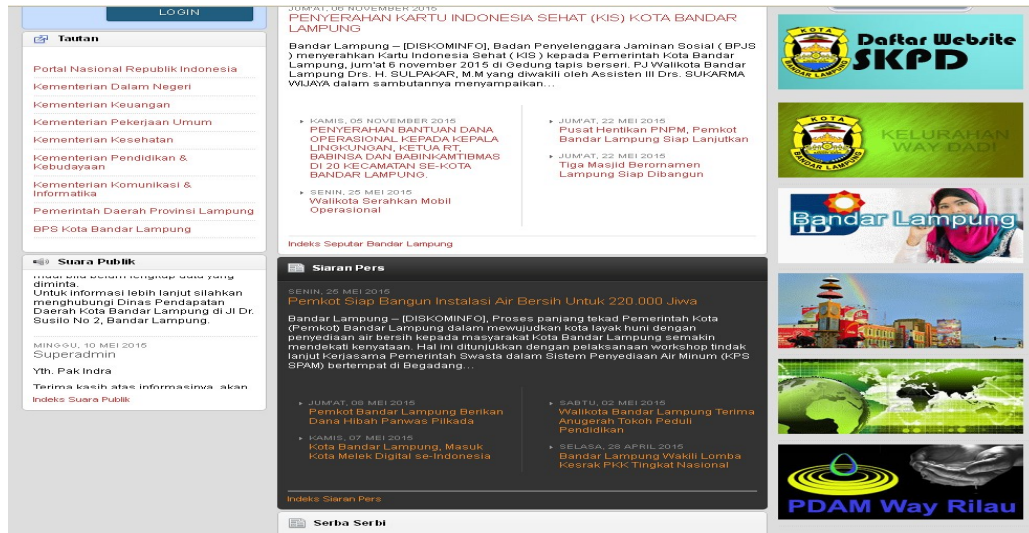
Selain itu, informan memberikan respon yang positif juga pada ketersediaan "*link*" yang cukup lengkap. Namun, informan sebagian besar menyangkan

bahwa tidak semua link aktif ketika di klik. Terdapat link yang aktif tetapi tidak terisi informasi.

Hal lain yang tanggapi negatif oleh informan adalah penempatan kontak informasi yang sulit ditemukan, bahkan terdapat informan yang tidak menemukannya di dalam web akibat penempatan yang tidak tepat. Masih terkait dengan kontak informasi, informan juga memberikan penilaian negatif tentang kontak informasi yang seringkali off line, sangat lama memberikan respon, serta jawaban yang tidak mampu memenuhi kebutuhan informasi pengunjung. Berikut tampilan beranda website Pemkot Bandar Lampung (<http://bandarlampungkota.go.id>)

Gambar 1. Beranda Website Pemkot Bandar Lampung (<http://bandarlampungkota.go.id>)





Sumber : (<http://bandarlampungkota.go.id>), November 2015

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan berkaitan dengan format website, secara umum tampilan website masih sederhana dan kurang menarik. Warna yang digunakan kurang menarik, dominan warna putih yang dikombinasikan dengan abu-abu. Ukuran huruf yang digunakan terlalu kecil, meskipun masih terbaca, navigasi cukup baik, di sebelah kanan dan kiri terdapat link-link yang dapat diklik. Namun link-link yang terdapat di sebelah kanan website, mengenai info kota yang berisi link tentang mall dan supermarket, jika diklik informasi yang muncul dalam bahasa asing (bahasa Latin) yang tidak dimengerti oleh pengunjung website.

Di sebelah kiri terdapat link-link kementerian yang aktif dan dapat diklik. Namun link-link tersebut kurang relevan dan sesuai kebutuhan pengguna. Mungkin akan lebih bermanfaat jika yang ditampilkan adalah langsung link ke dinas-dinas (SKPD) di lingkungan Pemkot Bandarlampung.



Terdapat banyak *space* kosong di website tersebut di bagian kanan, kiri dan bawah, yang sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk menampilkan informasi.

Navigasi untuk *previous* dan *forward* cukup baik. Informasi tentang kontak sulit ditemukan, meskipun disediakan YM untuk berkomunikasi dengan admin, namun tidak aktif (*offline*). Pengunjung website dapat menghubungi admin melalui suara publik. Namun akan lebih bagus jika disediakan menu kontak yang berisi informasi bagaimana pengunjung website yang memiliki pertanyaan dapat menghubungi pemkot, dengan menyediakan alamat kantor, nomor telepon, email, dan media sosial jika ada.

Di bagian kanan website terdapat link-link atau promosi yang menggunakan animasi bergerak. Hal ini cukup mengganggu bagi pengunjung website yang tidak membutuhkan informasi tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka apa yang dikemukakan oleh Louis K.Falk (dalam Kriyantono,2008:248-250), mengenai beberapa criteria bagaimana mengelola *website* yang baik belum dilakukan secara optimal oleh pengelola website Pemkot Bandar Lampung. Idealnya, pada website setiap *link* yang ditawarkan harus *online (no dead links)*. Semua link harus aktif. Jangan sampai saat di-*klik* ternyata tidak aktif. Ini jelas mengecewakan pengguna. Dan jika terjadi berulang kali akan menjatuhkan kepercayaan public, artinya Pemkot Bandar Lampung tidak akan mendapatkan citra sebagai *source of credibility* di mata masyarakat, terutama mereka yang telah menjadi pengunjung website.

Selain itu, sebuah website yang baik hendaknya memiliki ketersediaan kontak informasi (*contact information*). Jika pengguna memerlukan informasi lebih, seharusnya diberitahu bagaimana mendapatkannya. Kemudian permintaan pengguna tersebut mesti dijawab. Jika tidak, maka *website* dianggap tidak profesional. Pada website Pemkot Bandar Lampung, kontak informasi tersedia, namun diletakkan pada tempat yang sulit ditemukan oleh pengunjung. Permasalahan berikutnya, pengunjung yang bertanya mengenai informasi lanjutan tidak mendapatkan jawaban yang memuaskan, atau bahkan tidak di tanggapi karena kontak informasi seringkali off line.

#### **4.3. Tanggapan User terhadap Kesesuaian Isi website dengan Tujuan Pemkot Bandar Lampung**

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan user terhadap kesesuaian isi website dengan tujuan ideal website sebuah pemerintah kota maka diajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan apakah link yang tersedia/ditawarkan penting dan relevan, tujuan yang seharusnya dicapai oleh sebuah website pemerintah kota, apakah kondisi website pemkot Bandar Lampung yang ada saat ini berhasil mencapai tujuan tersebut, Jawaban informan mengenai hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel No. 3 Tanggapan User terhadap Kesesuaian Isi website dengan Tujuan Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan		Cukup relevan dan penting, hanya saja terdapat 1 -2 link yang sebenarnya tidak terlalu signifikan untuk ditampilkan.

	1		<p>Website pemkot seharusnya mampu menyajikan data yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bilapun harus menyajikan link, harusnya terintegrasi dengan baik kepada masing-masing SKPD yang ada. Sehingga kemudahan dalam mencari informasi dapat terlaksana.</p> <p>Meski belum mencapai 80 %, website Pemkot Bandar Lampung telah menunjukkan perkembangan ke arah tersebut.</p> <p>Kuantitas dan kualitas meski belum mencapai 80 %, website Pemkot Bandar Lampung telah menunjukkan perkembangan ke arah tersebut.</p>
2	<b>Informan</b>  2	<p>Link yang diberikan cukup membantu dalam menelusuri informasi yang dibutuhkan user ketika mengunjungi laman pemkot</p> <p>Jika hanya untuk sarana komunikasi, laman pemkot sudah berjalan dengan baik. Namun web ini harus mampu ditingkatkan kembali performanya dengan memberikan fitur lainnya, seperti: kolom pengumuman, kombinasikan dengan video, etc.</p> <p>Ya, saya kira dengan tampilan website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini akan berhasil mencapai tujuan tersebut kalau hanya sebagai media informasi.</p> <p>Sejauh ini Ya.. kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia sesuai dengan tujuan ideal sebuah website sebuah pemerintah kota sebagai sarana komunikasi.</p>	<p>kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia belum sesuai dengan tujuan ideal sebuah website sebuah pemerintah kota . Masih belum ideal.. tampilan masih monoton, datanya masih data lama.. beberapa link bahkan hanya pajangan.</p>

3	<b>Informan</b>  3	<p>Ya link nya penting dan relevan terkait pembangunan di kota bandar lampung.. termasuk peraturan2 terbaru</p> <p>kalau untuk memberikan informasi tentang kinerja pemkot sudah tercapai.. hanya perlu pembaharuan data.</p> <p>bisa saja dengan tampilan website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini akan berhasil mencapai tujuan tersebut asal serius mengelola web nya</p>	
4	<b>Informan</b>  4		<p>Link yang ada cukup relevan, terutama dilihat dari sisi pemerintah, namun terkadang tidak relevan dari sisi masyarakat</p> <p>Tujuan idealnya sebuah website pemkot adalah adanya perubahan di level masyarakat, bukan semata masyarakat mengetahui aktivitas pemerintah, namun yang terpenting adalah <b>pertama</b>, penggambaran transparansi pemerintah terhadap berbagai program pembangunan yang direncanakan dan dilaksanakan, serta penggunaan anggarannya. <b>Kedua</b>, Partispasi masyarakat dalam bentuk ketertarikan terhadap isi web, kemudian mengajukan pertanyaan, kritik, keluhan dan debat atau Tanya jawab langsung dengan pejabat yang kompeten menjadi bukti hidupnya sebuah web. <b>Ketiga</b>, isi web menjadi rujukan dalam setiap tindakan warga, sehingga warga tidak harus hadir secara fisik</p> <p>dengan tampilan website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini belum berhasil mencapai tujuan tersebut</p>

			kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia belum sesuai dengan tujuan ideal sebuah website sebuah pemerintah kota
5	<b>Informan</b>  5	<p>Setiap link yang ditawarkan penting dan relevan</p> <p>Tujuan website pemkot adalah menyediakan informasi yang relevan tentang tata kelola, kinerja dan proses pembangunan di lingkup area Bandar Lampung</p> <p>Secara umum sudah berhasil mencapai tujuan namun perlu diperbaiki untuk bagian kontak informasinya</p> <p>Informasi sudah sesuai dengan tujuan</p>	
6	<b>Informan</b>  6	<p>link yang ada sudah cukup penting dan relevan disesuaikan dengan kebutuhan pencarian data atau penggunaan data-data yang ada hubungan dengan website Pemkot Bandar Lampung.</p> <p>website pemkot dapat menjadi sumber informasi yang teraktual</p> <p>Tampilan sudah cukup berhasil mencapai tujuan tersebut</p> <p>kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia <b>sudah cukup.</b></p>	
7	<b>Informan</b>  7		Untuk link yang ditawarkan masih sedikit, seperti link kelurahan waydadi, setelah di klik ternyata belum berisi konten tentang kelurahan tersebut. Isi dari link2 yang disediakan diweb sebenarnya penting, tetapi pada kenyataannya seperti hotel, restoran dan lainnya belum ada isinya. Kalaupun ada

			<p>tetapi masih menggunakan bahasa asing yang tidak familiar dengan mengunjungi web. Sehingga belum dapat dikatakan relevan.</p> <p>Seharusnya website pemkot harus memberikan informasi yang sangat lengkap sehingga memudahkan orang untuk mengakses dari mana saja dan kapan saja waktunya. Tetapi dalam hal web pemkot balam belum tercapai tujuannya dalam menjabatani kepentingan rakyat balam dengan pemerintah kota.</p> <p>Belum berhasil mencapai tujuan, seperti info kota hanya berisi peta kota Balam, untuk suara publik belum ada tanggapan dari pihak pemerintah secara online.</p> <p>Kuantitas dan kualitas yang ada juga belum sesuai, belum mendukung pencapaian tujuan</p>
8	<b>Informan 8</b>	<p><i>Link</i> yang ditawarkan penting dan relevan, terutama bagi masyarakat yang ingin mendapatkan berbagai informasi mengenai pemerintahan, peraturan, dan data-data pada level nasional.</p>	<p>Website pemkot harus memiliki tujuan yang jelas untuk mewujudkan <i>good governance</i>, pelayanan publik, dan pemerintahan yang bebas KKN.</p> <p>website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini belum berhasil mencapai tujuan tersebut Masih jauh dan pemkot harus bekerja keras untuk mewujudkan e-government yang dapat mendukung tercapainya <i>good governance</i>.</p> <p>Belum, kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia belum sesuai dengan tujuan ideal sebuah website sebuah pemerintah kota.</p>
9	<b>Informan 9</b>		<p>menurut saya cukup relevan tapi sepertinya kurang update ya... sudah lama gak di update</p> <p>seharusnya website pemerintah daerah berfungsi sbg penyedia informasi secara online. Sehingga</p>

			<p>masyarakat tidak harus mendatangi kantor pemerintah untuk mendapatkan informasi ttg layanan yg disediakan dan jg informasi pembangunan yg sedang dijalankan ataupun sedang dlm perencanaan.</p> <p>website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini belum berhasil mencapai tujuan tersebut</p> <p>kuantitas dan kualitas informasi belum mendukung tujuan ideal, masalahnya website nya kurang update</p>
<b>10</b>	<b>Informan</b>  <b>10</b>		<p>Cukup penting. Meskipun ada beberapa link yang tidak bisa dibuka. Link-link yang ditampilkan dapat mempermudah pengunjung dalam menelusuri informasi-informasi yang dibutuhkan, seperti data statistik, peraturan-peraturan, dan rencana strategis daerah</p> <p>Pada dasarnya website Pemkot dibuat untuk memudahkan dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik, memudahkan pemkot dalam menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat mulai dari program/kegiatan yang dijalankan pemkot, berita-berita terkait dengan kegiatan pemkot, menggambarkan potensi suatu daerah, kondisi keuangan pemkot, dsb. Selain itu, sebuah website pemkot juga hendaknya harus terdapat kolom dialog publik sehingga masyarakat dapat berkontribusi dalam memberikan masukan bagi pelaksanaan pembangunan di suatu daerah.</p> <p>Website Pemkot Bandar Lampung Belum bisa mencapai tujuan secara keseluruhan</p> <p>Masih perlu penambahan beberapa hal pada informasi di website agar berfungsi ideal</p>
<b>11</b>	<b>Informan</b>  <b>11</b>		<p>Kurang relevan, kurang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, lebih banyak informasi tentang institusi Pemkot Bandar Lampung</p> <p>Website pemkot idealnya</p>

			<p>memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas dan bukan hanya informasi tetapi harus sudah diarahkan pada pemberian pelayanan public secara online. Misalnya pembuatan akte kelahiran secara online, yang sudah dilakukan oleh beberapa pemkot/pemkab.</p> <p>Website Pemkot Bandar Lampung, wah..., ya masih jauhlah. Wong yang ada sekarang saja masih standard. Belum ideal.</p> <p>Isi website dikaitkan dengan tujuan ideal website pemkot, menurut saya belum. Selain ada menu yang tidak terisi, link yang tidak semuanya aktif, berita nya saja sudah lama tidak di perbarui,</p>
12	Informan 12		<p>link nya penting tapi tidak lengkap karena tidak ada link kuliner dan tempat wisata. Link tersebut menjadi penting sebagai bentuk promosi Bandar lampung</p> <p>harusnya web pemkot ialah untuk promosi dan memperkenalkan kota memudahkan pendatang sehingga punya kesan yang baik terhadap Bandar lampung</p> <p>dengan tampilan website Pemkot Kota Bandar Lampung yang ada saat ini tidak berhasil mencapai tujuan tersebut</p> <p>kualitas dan kuantitas informasi yang tersedia tidak sesuai dengan tujuan ideal sebuah website sebuah pemerintah kota</p>

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Bertujuan, adalah kriteria website yang baik berikutnya Kriyantono,2008:248-250). Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. *Website* sebuah institusi non profiti , dalam hal ini website Pemkot Bandar Lampung idealnya menampilkan menu-menu seputar institusi beserta segala kegiatannya. Hal ini menjadi variasi pilihan bagi publik untuk memperoleh



gambaran detail tentang institusi. Pada dasarnya *website* merupakan gambaran menyeluruh dan representasi dari sebuah institusi. Di situ mencakup *company profile, annual report, news release*, dan sebagainya.

Hal yang perlu ditekankan disini adalah Pemkot Bandar Lampung sebagai lembaga yang bertugas menjalankan program-program pembangunan di lingkungan Kota Bandar Lampung. Dengan demikian, kehadiran website bukan semata-mata bertujuan sebagai media perkenalan dan promosi lembaga, tetapi keberadaan website Pemkot Bandar Lampung haruslah menjadi sarana E-governance, yang tentu saja di dedikasikan bagi pencerahan, pemberdayaan, dan kesejahteraan masyarakat Kota Bandar Lampung khususnya. Artinya, informasi yang disajikan dalam website haruslah berorientasi pada kepentingan masyarakat luas. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh salah satu informan, Dr. Novita Tresiana, dosen pada Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila (Informan 4):

“Tujuan idealnya sebuah website Pemkot adalah adanya perubahan di level masyarakat, bukan semata masyarakat mengetahui aktivitas pemerintah, namun yang terpenting adalah **pertama**, penggambaran transparansi pemerintah terhadap berbagai program pembangunan yang direncanakan dan dilaksanakan, serta penggunaan anggarannya. **Kedua**, Partispasi masyarakat dalam bentuk ketertarikan terhadap isi web, kemudian mengajukan pertanyaan, kritik, keluhan dan debat atau Tanya jawab langsung dengan pejabat yang kompeten menjadi bukti hidupnya sebuah web. **Ketiga**, isi web menjadi rujukan dalam setiap tindakan warga, sehingga warga tidak harus hadir secara fisik “

Informan lain juga menyampaikan tanggapan yang senada. Bahwa idealnya sebuah web pemerintah kota jangan hanya mengenalkan dan menyajikan informasi tentang lembaganya, tetapi tentang hal-hal yang menghubungkan

lembaga dengan public/masyarakat luas. Informasi di website hendaknya bukan hadir sebagai bentuk pelaksanaan fungsi informasi tapi fungsi pelayanan publik.

#### 4.4. Tanggapan User terhadap Kualitas Informasi pada Website Pemkot Bandar Lampung

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada informan terkait hal ini adalah bagaimana tanggapan informan sebagai user terhadap nilai kekinian/kebaruan berita/informasi yang terdapat pada website. Selain itu juga bagaimana tanggapan mereka terhadap rinci tidaknya informasi yang terdapat pada website dan kejelasan sumber informasi yang diberikan. Berikut jawaban informan terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut setelah diolah dan dikelompokkan ke dalam tanggapan positif dan tanggapan yang mengindikasikan adanya kekurangan/negative.

**Tabel No. 4 Tanggapan User terhadap Kualitas Informasi Website Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan 1	tergantung pada informasi apa yang disajikan dalam website ini. Bila mencakup transparansi dana, sudah cukup rinci. Ini upaya yang bagus bagi pemkot untuk menuju e-governance. Sumber informasi juga sudah memadai.	Sudah cukup memadai, walaupun tidak lengkap. Misalnya tidak semua SKPD menggunggah restra mereka di website ini.
2	Informan 2	Ya cukup rinci, namun untuk saat ini perlu ditingkatkan dalam <i>maintenance</i> kekinian berita/informasi yang disajikan.	nilai kekinian/kebaruan informasi yang ada pada website Pemkot Bandar Lampung Belum begitu update

		Sumber informasi pada website cukup jelas.	
<b>3</b>	<b>Informan</b>  <b>3</b>		<p>informasinya belum di update lagi.. berhenti di bulan mei</p> <p>informasi dalam beritanya sudah cukup jelas dan rinci tapi kurang variatif karena orientasinya hanya keberhasilan pemkot.</p> <p>sumber berita/informasi pada website Pemkot Bandar Lampung sudah cukup</p>
<b>4</b>	<b>Informan</b>  <b>4</b>		<p>Hanya beberapa link saja yang memiliki nilai kebaruan</p> <p>Informasi/berita pada website kurang rinci, kurang memadai</p> <p>Sumber informasi/berita jelas, jika menggambarkan situs kejadian/peristiwa, hanya saja tidak lengkap, informasi sepotong-sepotong</p>
<b>5</b>	<b>Informan</b>  <b>5</b>	Sumber informasi pada website sudah cukup jelas	<p>menurut saya informasi atau berita yg ada kurang kekinian atau terbaru</p> <p>Berita /informasi di website sudah cukup rinci tapi kurang up to date</p>
<b>6</b>	<b>Informan</b>  <b>6</b>	Kebaruan informasi sudah cukup	<p>Berita/informasi pada website belum rinci</p> <p>Sumber informasi belum jelas</p>
<b>7</b>	<b>Informan</b>  <b>7</b>		<p>Informasi kekinian hanya berupa kegiatan yang dilakukan pemkot, belum ada informasi terkini mengenai rumah sakit, tempat wisata di Balam, informasi dalam angka kota Balam belum ada yang terbaru, yang ada terakhir tahun 2013</p> <p>Informasi/berita di website Pemkot Bandar Lampung belum rinci</p> <p>Sumber informasi/berita pada website belum jelas</p>

8	<b>Informan 8</b>	Sumber berita/informasi pada website Pemkot Bandar Lampung cukup jelas	Belum ada nilai kekinian/kebaruan informasi yang ada pada website Pemkot Bandar Lampung  website Pemkot Bandar Lampung belum cukup rinci, dan ini sangat disayangkan karena pemkot sangat lambat dalam merespon perkembangan global yang berbasis IT.
9	<b>Informan 9</b>	Informasi cukup rinci  Sumber informasi pada website cukup jelas	informasi nya tidak selalu diupdate. Harusnya minimal seminggu 2x update
10	<b>Informan 10</b>	Cukup rinci, tetapi perlu ditingkatkan	Banyak berita-berita dan informasi yang tidak terbaharui  Cukup jelas, namun sayangnya berita-berita tentang aktifitas pemkot tidak terupdate
11	<b>Informan 11</b>	sumber informasi ya cukuplah, jelas	Kebaruan masih kurang, salah satunya berita sudah lama tidak di up date  Informasi pada website beberapa hal rinci, beberapa belum
12	<b>Informan 12</b>		Informasinya kurang update  berita/informasi yang terdapat pada website <b>tidak rinci</b>  sumber berita/informasi pada website <b>tidak jelas</b>

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Data tabel menunjukkan bahwa hal yang mendapatkan tanggapan positif dari sebagian besar informan adalah adanya kejelasan sumber pada informasi-informasi yang disajikan oleh website Pemkot Bandar Lampung. Kejelasan sumber sangat penting bagi sebuah informasi dimanapun informasi tersebut disajikan, termasuk di dalam website. Sedangkan aspek kekinian dan kerincian

masih dianggap kurang baik oleh sebagian besar informan, padahal aspek ini juga sangat penting untuk menilai bagaimana kualitas berita/informasi yang disampaikan yang juga akan berpengaruh pada kepercayaan public pada Pemkot Bandar Lampung sebagai pengelola website.

Berkaitan dengan hal tersebut, Anggoro (2008: 161) menguraikan sebuah rumus penyusunan siaran berita yang bermutu dan teruji. Standard yang dipergunakan di dalam rumus ini juga merupakan standard yang dianut oleh para editor. Dalam bahasa aslinya, rumus tersebut lebih dikenal dengan akronom SOLAADS. (*Subject* atau subyek, *Organization* atau organisasi, *Location* atau lokasi, *Advantages* atau keunggulan, *Application* atau aplikasi/penerapan, *Details* atau rincian: *Source* atau sumber).

Beberapa komponen yang terkait dengan kualitas informasi website Pemkot Bandar Lampung.

1. *Subject* atau subyek: apa yang dituturkan oleh cerita/berita
2. *Details* atau rincian: berapa ukurnya, apa warnanya, berapa harganya, bagaimana bentuk dan penampilannya (dan berbagai hal rinci lainnya)?
3. *Source* atau sumber: Dimana produk bisa diperoleh (Kegiatan dapat diikuti)? Jika tidak ada lokasi khusus maka sumber yang dipakai adalah alamat kantor pusat organisasi.

Kejelasan sumber ( *source* ), akan membuat informasi tersikan informasi tersebut dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini juga menyangkut kredibilitas

dari lembaga yang memberikan informasi. Dengan adanya respon positif user mengenai hal ini, hal yang cukup baik untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat/user kepada Pemerintah Kota Bandar Lampung sebagai pengelola website atas informasi yang disajikan. Artinya, aspek ini telah dikelola dengan baik oleh website Pemkot Bandar Lampung.

Adapun faktor lain yang dapat dijadikan ukuran mengenai kualitas informasi adalah yaitu nilai kekinian/kebaruan informasi dan kerincian informasi yang terkait dengan aspek *subject* berupa berbagai informasi yang terkait dengan pembangunan kota dan kebutuhan masyarakat Bandar Lampung, ditanggapi kurang baik oleh sebagian besar informan. Sebagai contoh, berdasarkan hasil observasi pada website Pemkot Bandar Lampung, diketahui bahwa informasi, terutama pada konten berita di up date pada bulan Mei 2015 dan baru di up date lagi pad awal bulan November 2015.

Berkaitan dengan kekinian informasi ini, tampaknya informasi yang ditampilkan tidak terupdate dengan baik. Hal ini dapat diketahui dari masih banyak ditampilkannya informasi lama dalam website, seperti dijelaskan sebelumnya, meskipun ada informasi yang baru, namun terdapat jeda kurang lebih 6 bulan (dari bulan Mei-November). Dari website tersebut terlihat bahwa informasi di bulan Mei aktif diupdate, namun setelah itu tidak ada update berita/informasi hingga bulan November baru terdapat update informasi. Hal ini menunjukkan bahwa website ini kurang di “maintain” dengan baik. Idealnya berita di update setiap hari, atau setiap kali ada kegiatan atau peristiwa yang terkait dengan

pembangunan, Pemkot Bandar Lampung, dan kepentingan masyarakat Bandar Lampung.

Selanjutnya adalah aspek *details* atau rincian. Hanya 3 informan yang memberikan tanggapan positif bahwa informasi pada website Pemkot Bandar Lampung cukup rinci. Sementara informan lain memberikan tanggapan bahwa informasi yang ada belum rinci, adapula yang menyatakan cukup rinci hanya pada beberapa informasi, tapi informasi yang lainnya belum rinci. Idealnya, sebuah website sebuah pemerintah kota yang bertujuan untuk mewujudkan e-governance, bisa memberikan informasi yang rinci kepada publik dengan prinsip akuntabilitas, transparansi, dan akseptabilitas.

Kerincian informasi di suatu media sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan public akan informasi. Informasi yang lengkap akan menjadi petunjuk, pertimbangan bagi masyarakat dalam mengambil keputusan atau melakukan tindakan yang terkait dengan informasi/berita yang di baca di website. Ketidaklengkapan informasi dapat membuat kesalahan dalam mengambil keputusan. Pesan yang muncul di media hendaknya memberikan solusi bagi masalah-maslah yang dihadapi masyarakat.

#### **4.5. Tanggapan User terhadap Kesesuaian Isi Website Pemkot Bandar Lampung dengan Kebutuhan Masyarakat**

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan informan sebagai user website Pemkot Bandar Lampung, maka diajukan beberapa pertanyaan. Hal yang ditanyakan

kepada informan adalah mengenai bagaimana tanggapan mereka terhadap kesesuaian informasi di website dengan kebutuhan mereka akan informasi yang terkait dengan Bandar Lampung. Selain itu juga ditanyakan tentang bagaimana tanggapan mereka apakah informasi yang ada pada website berorientasi pada kepentingan/kebutuhan masyarakat luas, yang tentunya sangat heterogen. Ditanyakan pula penilaian informan terkait pihak-pihak yang dapat memanfaatkan website Pemkot Bandar Lampung dengan kondisi yang ada saat ini.

Adapun jawaban para informan dapat dilihat pada table di bawah ini.

**Tabel No. 5 Tanggapan User terhadap Kesesuaian Isi Website Pemkot Bandar Lampung dengan Kebutuhan Masyarakat**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan 1	Untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh walikota dan SKPD. Para masyarakat umum dan pencari data/informasi mengenai pemkot bandarlampung	Beberapa kali mencoba mengakses web ini untuk mencari data, namun tidak berhasil karena data tersebut tidak di unggah oleh SKPD yang bersangkutan.  Menurut saya, upaya kearah tersebut sudah terlihat meski masih banyak diperlukan pembenahan.
2	Informan 2	Sejauh ini Ya..informasi sesuai kebutuhan saya  Ya, sejauh ini memiliki orientasi pada kebutuhan/kepentingan masyarakat luas  Aktivitas pemerintahan > masyarakat umum Data pendukung pemerintahan > kalangan pelajar, mahasiswa Aplikasi e-Gov > masyarakat umum, kalangan	



		pelajar, mahasiswa	
3	<b>Informan</b>  3		<p>Informasi pada website beberapa belum sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya</p> <p>Berita/informasi sepertinya lebih berorientasi pd kepentingan pemkot ya.. untuk sosialisasi kinerja mereka bukan asas kebutuhan masyarakat</p> <p>Manfaat lebih pada Pemkot karena informasi/beritanya lebih untuk sosialisasi keberhasilan pemkot.</p>
4	<b>Informan</b>  4	Implementasi governance, semua pihak harus dapat memanfaatkannya	<p>berita/informasi yang terdapat pada website belum sesuai dengan kebutuhan saya, terlalu mengedepankan nilai aktivitas rutin yang lebih didominasi oleh proses, bukan hasil.</p> <p>Belum berita/informasi yang terdapat pada website apakah berorientasi pada kebutuhan/kepentingan masyarakat luas</p>
5	<b>Informan</b>  5	<p>Ya, informasinya sangat sesuai dengan kebutuhan terutama untuk menunjang saya menambah pengetahuan atau informasi terkait dengan mata kuliah yang saya ampu yaitu sosiologi perkotaan dan perencanaan kota daerah</p> <p>Informasi di website cukup memberikan berita yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas</p> <p>website dapat memberikan informasi yang dibutuhkan kepada pengguna atau masyarakat luas terkait</p>	

		dengan ruang lingkup kota dan hal hal yang berkaitan dengan kota bandar lampung, yang dapat memanfaatkan bisa dari semua komponen masyarakat yang ingin tau informasi tentang kota bandar lampung	
6	<b>Informan</b>  6	<p>Informasi di website sudah mencukupi kebutuhan saya</p> <p>Sudah cukup memenuhi kebutuhan masyarakat luas</p> <p>Bermanfaat bagi para pendatang masyarakat dan dinas terkait untuk memperoleh informasi seputar Kota Bandar Lampung. Peneliti, masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, pekerja pada sektor privat maupun publik.</p>	
7	<b>Informan</b>  7		<p>Berita/informasi pada website belum sesuai dengan kebutuhan</p> <p>Informasi ada sebagian, tetapi belum mencukupi kebutuhan masyarakat luas</p> <p>Bagi masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasi, bagi mahasiswa dan peneliti yang membutuhkan data tentang kota Bandar Lampung. Bagi wisatawan seharusnya bisa mengakses informasi pariwisata di web, walaupun belum adanya informasi.</p>
8	<b>Informan</b>  8		<p>Berita/informasi yang terdapat pada website, belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan/kepentingan kami selaku pengunjung website.</p> <p>Berita/informasi yang terdapat pada website belum maksimal berorientasi pada kebutuhan/kepentingan</p>

			<p>masyarakat luas</p> <p>Website pemkot semestinya dapat dimanfaatkan secara maksimal, tidak sebatas informasi agenda dan realisasi kegiatan pemkot, tetapai akses data, transaksi layanan, mekanisme komplain, pengawasan, partisipasi publik, dan sebagainya. seluruh unsur masyarakat dapat memanfaatkan website pemkor, seperti instansi pemerintah, kalangan swasta, masyarakat sipil, dan dunia internasional.</p>
<b>9</b>	<b>Informan 9</b>	website dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat	<p>beberapa bagian sudah cukup baik. Tp masalahnya informasi nya tidak selalu diupdate</p> <p>Informasi pada website sebagian iya berorientasi pada kebutuhan/kepentingan masyarakat luas</p>
<b>10</b>	<b>Informan 10</b>	Memudahkan pemkot dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas tentang kondisi Kota Bandar Lampung. Pemkot, pihak swasta, dan masyarakat luas pada umumnya.	<p>Informasi/berita pada website belum sepenuhnya sesuai kebutuhan saya</p> <p>Informasi pada website belum mampu memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat secara luas</p>
<b>11</b>	<b>Informan 11</b>		<p>Kadang saya mendapatkan apa yang saya butuhkan dari website , kadang tidak</p> <p>Informasi pada website belum berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas.. lebih banyak berisi tentang informasi institusi bukan informasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat.</p> <p>Lebih bermanfaat bagi pemkot, masyarakat kalangan terbatas, untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang di lakukan oleh walikota dan SKPD. Bukan masyarakat luas.</p>
<b>12</b>	<b>Informan</b>		berita/informasi yang terdapat pada website, tidak sesuai dengan kebutuhan/kepentingan saya

	12		<p>Informasi tidak berorientasi pada kebutuhan/kepentingan masyarakat luas</p> <p>asalkan lengkap dan menarik dapat dimanfaatkan oleh semua masyarakat</p>
--	----	--	--

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Pada table terdapat data yang menunjukkan bahwa hanya terdapat 3 orang informan yang menilai bahwa konten pada website Pemkot Bandar Lampung sesuai dengan kebutuhannya terkait informasi yang dibutuhkan sebagai pengajar pada FISIP Unila.

Namun informan lainnya (9 orang) menyatakan bahwa informasi yang terdapat pada website belum sesuai dengan kebutuhan mereka., sebagian sesuai namun karena tidak di up date maka tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Informan menilai bahwa informasi/berita yang muncul lebih banyak muncul adalah informasi tentang institusi, kegiatan-kegiatan seremonial di lingkungan Pemkot Bandar Lampung yang kurang berhubungan dengan kebutuhan masyarakat luas.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa informasi yang ditampilkan dalam website pemkot belum semuanya berorientasi kepada masyarakat. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai layanan yang mereka perlukan, misalnya tentang kependudukan, kesehatan, pendidikan, sebagai contoh informasi tentang cara mengurus KTP, mengurus kartu layanan kesehatan gratis, pendidikan gratis yang merupakan program pemerintah, dan sebagainya. Namun berdasarkan hasil

observasi terhadap website pemkot, informasi tersebut belum lengkap ditampilkan.

Sebuah website pemerintah idealnya berisi berbagai informasi yang berkaitan dengan aktifitas pemerintah dan informasi-informasi yang penting untuk diketahui masyarakat maupun pihak lain. Di era digital pada saat ini website merupakan media publikasi yang penting bagi pemerintah untuk men-share berbagai informasi dan layanan yang diperlukan masyarakat. Website pemerintah hendaknya dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan dan kepentingan, misalnya masyarakat umum yang memerlukan informasi tentang pemerintah dan layanan publik, para peneliti/akademisi yang memerlukan informasi dan data tentang pemerintah kota, termasuk calon investor ataupun calon wisatawan. Oleh karena itu website tersebut idealnya menampilkan hal-hal yang menarik tentang wilayah tersebut, pelayanan publik, potensi wisata, serta event-event yang sedang dan akan dilaksanakan. Tampaknya website Pemkot Bandar Lampung pada saat ini belum mencapai tujuan tersebut.

Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh salah satu informan, Dr. Deddy Hermawan, dosen pada Jurusan Administrasi Negara, FISIP, Unila yang menyatakan:

“Website pemkot semestinya dapat dimanfaatkan secara maksimal, tidak sebatas informasi agenda dan realisasi kegiatan pemkot, tetapi akses data, transaksi layanan, mekanisme komplain, pengawasan, partisipasi publik, dan sebagainya. seluruh unsur masyarakat dapat memanfaatkan website pemkot, seperti instansi pemerintah, kalangan swasta, masyarakat sipil, dan dunia internasional.”

Kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan aspek *application* atau aplikasi/penerapan yang termasuk dalam formula SOLAADS (*Subject* atau subyek, *Organization* atau organisasi, *Location* atau lokasi, *Advantages* atau keunggulan, *Application* atau aplikasi/penerapan, *Details* atau rincian: *Source* atau sumber) yang dapat digunakan untuk menilai kualitas informasi kaitannya dengan apakah informasi tersebut berorientasi pada kepentingan /kebutuhan masyarakat atau tidak. Aspek ini melihat informasi/berita berdasarkan apa saja kegunaannya? Siapa pengguna atau pihak-pihak yang dapat memanfaatkannya?

Berkaitan dengan hal tersebut, data yang diperoleh dari informan menunjukkan bahwa kemanfaatan yang diperoleh belum cukup baik. Kondisi informasi yang tidak lengkap, tidak diperbarui, lebih banyak memuat hal-hal yang terkait dengan rutinitas kegiatan pemkot Bandar Lampung, membuat uas.website tidak dapat membawa kemanfaatan yang berarti bagi masyarakat. Menurut beberapa informan, sebenarnya jika website dikelola dengan baik, dapat membawa manfaat yang besar bagi masyarakat dan Pemkot Bandar Lampung sendiri dalam mewujudkan *e-governance*.

#### **4.6. Tanggapan User terhadap Informasi Organisasi pada Website Pemkot Bandar Lampung**

Tidak banyak pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui tanggapan informan mengenai keberadaan informasi di dalam website yang dapat menjelaskan tentang organisasi yang dalam hal ini adalah Pemkot Bandar Lampung beserta unit-unit kerja yang ada dalam ruang lingkup Pemkot Bandar Lampung. Informan hanya

diberikan pertanyaan mengenai bagaimana tanggapan mereka terhadap keberadaan dan kejelasan informasi tentang nama dan lokasi pemkot, beserta unit kerjanya.

**Tabel No. 6 Tanggapan User terhadap Informasi Organisasi pada Website Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Respons Positif	Respons Negatif
1	Informan 1	<p>Ya , cukup jelas. pada website terdapat informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas tentang nama dan ruang lingkup tugas Pemkot Bandar Lampung</p> <p>Ya, alamat pemkot tertulis cukup lengkap, meski tidak dilengkapi dengan no telp dan fax.</p>	
2	Informan 2	<p>Ya,pada website terdapat informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas tentang nama dan ruang lingkup tugas Pemkot Bandar Lampung</p> <p>Ya, pada website terdapat informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas lokasi Pemkot Bandar Lampung. hal ini didukung dengan fitur peta digital yang membantu para user guna mengetahui lokasi Pemkot Bandar Lampung.</p>	
3	Informan 3		<p>pada website belum terdapat informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas tentang nama dan ruang lingkup tugas Pemkot Bandar Lampung dan <i>stake holder</i> nya</p> <p>kalau alamatnya saya lihat ada.. walau kecil di bawah.</p>
4	Informan	Di website terdapat informasi yang dapat	

	4	memberitahukan dengan jelas tentang nama dan ruang lingkup tugas Pemkot  Tergambar jelas informasi tentang lokasi pemkot	
5	<b>Informan</b>  5	Ya, cukup jelas informasi tentang nama dan ruang lingkup kerja pemkot  ya sudah jelas informasi lokasi pemkot Bandar Lampung	
6	<b>Informan</b>  6	informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas lokasi Pemkot Bandar Lampung sudah cukup memadai.	pada website informasi yang dapat memberitahukan dengan jelas tentang nama dan ruang lingkup tugas Pemkot Bandar Lampung dan <i>stake holder</i> nya belum memadai.
7	<b>Informan</b>  7	Ya terdapat informasi tentang nama dan ruang lingkup kerja  Ya, ada informasi tentang lokasipemkot	
8	<b>Informan</b>  8	Website telah memberikan informasi dengan jelas lokasi Pemkot Bandar Lampung. Informasi tentu sangat baik bagi masyarakat yang memiliki kebutuhan secara langsung dengan pihak Pemkot Bandar Lampung	Website belum memberikan informasi yang lengkap dan integral berkaitan nama dan ruang lingkup tugas Pemkot Bandar Lampung dan <i>stake holder</i> nya
9	<b>Informan</b>  9	Informasi tentang lokasi cukup baik	informasi di website yang bagian stakeholder, sy gak ketemu. Klo tugas bbrpa uptd ya ada
10	<b>Informan</b>  10	Ya,tentang nama dan ruang lingkup kerja, beberapa bagian web telah menjelaskan hal  Ya, terdapat alamat pemkot dalam web	
11	<b>Informan</b>  11	Ya ,informasi tentang nama lembaga, cukup Ya, alamat pemkot tertulis cukup lengkap, meski tidak dilengkapi	



		dengan no telp dan fax.	
<b>12</b>	<b>Informan</b>  <b>12</b>	Nama dan ruang lingkup kerja lembaga cukup jelas  Informasi lokasi cukup	

**Sumber: Hasil Wawancara, November 2015**

Informan sebagian besar memberikan respon positif pada website terkait dengan keberadaan informasi tentang organisasi. Mereka dapat menemukan adanya informasi yang memberikan keterangan tentang nama organisasi dan lokasi atau alamat organisasi yang dilengkapi dengan fitur peta digital. Meskipun demikian beberapa ungkapan kurang puas juga disampaikan oleh informan. Seperti, bahwa informasi tentang organisasi tidak cukup lengkap karena tidak disertai nomor telephone dan fax, dan penempatan informasi tentang alamat/lokasi Pemkot Bandar Lampung yang di letakkan pada bagian bawah serta dengan ukuran huruf yang kecil.

Adapun informasi mengenai ruang lingkup kerja Pemkot Bandar Lampung dapat ditemui pada website ini, namun pada beberapa informan, informasi tersebut dianggap belum memadai. Apabila hal tersebut dikaitkan dengan rumus SOLAADS. (*Subject* atau subyek, *Organization* atau organisasi, *Location* atau lokasi, *Advantages* atau keunggulan, *Application* atau aplikasi/penerapan, *Details* atau rincian: *Source* atau sumber) khususnya pada aspek *organization* atau organisasi dan *location* atau lokasi dimana organisasi itu berlokasi maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

Aspek organisasi dan lokasi melihat kualitas informasi yang berorientasi pada public atau tidak berdasarkan ada tidaknya nama organisasi, dan organisasi yang bersangkutan atau berkepentingan dan dimana alamat atau lokasi lembaga. Artinya keberadaan nama lembaga dan alamat pada website Pemkot Bandar Lampung sudah memenuhi salah satu criteria ini. Dengan mengetahui adanya nama dan alamat maka masyarakat memiliki petunjuk kemana mereka harus datang ketika memiliki keperluan yang berhubungan dengan Pemkot Bandar Lampung.

Keberadaan informasi mengenai organisasi pada website Pemkot Bandar Lampung oleh sebagian informan dianggap belum memadai, karena belum mampu memberikan keterangan yang rinci mengenai ruang lingkup kerja dan stake holder Pemkot Bandar Lampung. Selain itu informasi mengenai Pemkot Bandar Lampung hendaknya memberikan keterangan yang dapat memudahkan akses masyarakat untuk datang berkunjung secara fisik ke kantor Pemkot Bandar Lampung jika memiliki keperluan yang mengharuskan mereka untuk datang.

Setelah dibahas mengenai bagaimana respon informan sebagai user terkait berbagai hal yang terdapat pada website Pemkot Bandar Lampung (<http://bandarlampung.go.id>) maka dapat diketahui bahwa masih banyak yang harus dilakukan oleh pengelola website Pemkot Bandar Lampung untuk membenahi website tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mewujudkan e-governance melalui media baru dengan segala keunggulannya, yang tentu saja akan banyak membawa manfaat bukan hanya bagi lembaga tetapi bagi masyarakat

luas. Untuk melengkapi pembahasan dalam rangka penarikan kesimpulan, peneliti merangkum tanggapan informan mengenai keunggulan dan kelemahan website pemkot Bandar Lampung yang dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel No. 7 Tanggapan User terhadap Kelebihan dan Kekurangan Website Pemkot Bandar Lampung**

No	Informan	Jawaban Informan	
		Keunggulan	Kekurangan
1	Informan 1	Kelebihan dari website ini adalah hampir selalu menyajikan informasi mengenai program-program terbaru walikota sehingga pengguna dapat mengetahui kinerja walikota.	karena pemilihan warna yang terlalu standar, penampilan website ini jadi kurang menarik dan membuat bingung. Tampilan informasipun cenderung sangat "crowded". Menurut saya, hal ini signifikan untuk dibenahi
2		Fitur/menu pilihan yang cukup banyak, memuat banyak informasi tentang SKPD yang ada, adanya kontak informasi khusus, sehingganya dengan beragam fitur yang ada sangat membantu para pengguna dalam menelusuri info yang dibutuhkan seputar Pemkot Bandar Lampung.	Penggunaan fontasi yang agak diperbesar, perlu ditatanya kolom pengumuman, bila dimungkinkan ada kolom video.
3	Informan 3		tampilan masih monoton, datanya masih data lama.. beberapa link bahkan hanya pajangan.. Masih perlu ditambahkan link-link seperti link setiap kecamatan, sehingga pembangunannya lebih terlihat  kalau saja informasinya selalu diupdate mungkin lebih baik.. dan perbanyak informasi yang terkait kebutuhan masyarakat.
4	Informan 4		Pada sisi konten/isi, isi web harus mampu menggambarkan ketercapaian kegiatan/tindakan pemerintah terhadap program-program yang telah dirumuskan dan dianggarkan (hasil), sebagai bentuk pertanggungjawaban pemerintah terhadap penggunaan

			<p>dana, pertanggungjawaban penerimaan amanah dari masyarakat.</p> <p>Belum terkategori unggul, belum menjadi pilihan rujukan, sehingga belum terasa manfaatnya</p>
5	<b>Informan 5</b>	dengan website tersebut cukup memberikan informasi secara rinci tentang kota bandar lampung, penggunaanya dapat mengakses informasi yang dibutuhkan terkait dengan informasi yang dibutuhkan secara mudah.	Bagian kontak informasi harus diperbaiki sehingga akses tambahan mengenai informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh dan lebih memadai
6	<b>Informan 6</b>	Menggambarkan Kota Bandar Lampung. Memberikan gambaran tentang kondisi Kota Bandar Lampung. Memberikan gambaran tentang Kota Bandar Lampung.	Isi berita kurang rinci, lebih pada kegiatan-kegiatan pemkot, kurang update
7	<b>Informan 7</b>	Kelebihannya sudah memiliki website yang terdapat suara publik, sehingga masyarakat dapat memberikan keluhannya tentang kota Bandar Lampung.	Tampilan yang kurang menarik dan kemasan informasi harus diperbaiki sehingga tidak membuat bosan pengunjung. Begitu pula dengan substansi informasi harus berisi informasi yang lengkap dan akurat.
8	<b>Informan 8</b>		<p>Dari aspek format/tampilan website perlu diperbaiki semenarik mungkin dengan tetap menampilkan kearifan lokal dan nasional.</p> <p>Belum ada keunggulan maksimal, masyarakat baru sebatas mendapatkan kemanfaatan dari segi berita-berita tentang kegiatan pemerintah kota semata.</p>
9	<b>Informan 9</b>	keunggulannya, tampilannya menarik. Navigasinya baik	Belum ada admin yang dapat merespon secara langsung pertanyaan pengunjung, atau membantu pengunjung untuk mendapatkan informasi yang tidak dia dapatkan di website.

10		<p>Tampilan web dapat dengan mudah dilihat, web menampilkan link terkait dengan pemkot. Dibandingkan dengan web pemkot yang lain, web pemkot Bandar Lampung informasinya lebih rinci. Informasi penting seperti link-link terkait, dinas-dinas terkait, angka statistik, peraturan-peraturan daerah, kolom tanya jawab telah ditampilkan dalam web</p>	<p>Banyak berita-berita terkait kegiatan pemkot harus terupdate dengan baik, program-program kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan pemkot harus ditampilkan, website juga harus menampilkan potensi daerah, kontak admin harus jelas sehingga jika ada masyarakat yang ingin membutuhkan informasi secara cepat admin dapat langsung memberikan respon tanpa menunggu waktu yang lama untuk menunggu jawaban. Beberapa hal lain yang perlu tersampaikan/terbuat dalam web, seperti masyarakat belum bisa melihat secara utuh program/kegiatan yang dijalankan pemkot, berita-berita terkait dengan kegiatan pemkot, potensi kota tidak tersampaikan dengan baik, kondisi keuangan pemkot untuk mewujudkan transparansi tidak ditampilkan, dsb. Kolom dialog publikpun masih tercampur, seharusnya terpisah misalkan terdapat kolom dialog dengan pemkot, dengan wakil rakyat, kolom dialog bagi para dunia usaha, dialog tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan yang telah dilakukan pemkot, dsb.</p>
11	<b>Informan 11</b>	<p>Baru sebatas informasi institusi. Sehingga belum mampu memberikan manfaat yang sifatnya memberikan pelayanan yang memudahkan masyarakat</p>	<p>Banyak yang harus dibenahi, tampilan harus dibuat semenarik mungkin, modern, dinamis, informasi harus sesuai kebutuhan masyarakat bukan lebih banyak tentang institusi, isi website bukan hanya sebatas memberikan informasi saja tapi harus bias memberikan pelayanan public secara online.</p>
12	<b>Informan 12</b>	<p>Cukup berguna, sebaiknya diperbaiki kekurangan yang ada</p>	<p>Penggunaan warna agar mudah dibaca masih kurang, kurang cerah dan kurang berwarna.</p> <p>Kontak informasi kurang lengkap karena tidak ada no telpon. Selain itu penempatan kontak kurang strategis sehingga tidak cepat ditemukan</p> <p>informasinya banyakyang masih kosong seperti ketika mengunjungi link restoran isinya bahasa yang tidak dikenali (bahasa belum diisi)</p>

--	--	--	--

Sumber: Hasil wawancara, November 2015

Sebagaimana tampak pada tabel, informan memberikan penilaian yang positif pada beberapa hal yang dianggap sebagai keunggulan website Pemkot Bandar Lampung (<http://bandarlampung.kota.go.id>) yaitu navigasi yang mudah, fitur/menu yang cukup banyak, ada menu suara publik, sebagian informasi cukup rinci seperti dengan menampilkan data-data tentang perencanaan pembangunan, anggaran, adanya informasi tentang organisasi, terdapat link ke institusi dalam ruang lingkup Pemkot Bandar Lampung.

Sementara pada sisi kelemahan, informan memberikan penilaian yang kurang baik dan berharap dilakukannya perbaikan dalam hal penataan tampilan terkesan kompleks/ramai tapi kaku dan membosankan, penggunaan warna yang kurang menarik, kontak informasi yang seringkali offline dan lambatnya respon, informasi yang kurang rinci, lebih banyak memuat informasi yang berorientasi kelembagaan bukan berorientasi publik.

Orientasi informasi yang kurang berorientasi ke kebutuhan masyarakat luas, dalam arti informasi-informasi yang diperlukan masyarakat sehari-hari seperti informasi tentang layanan kesehatan, pendidikan, kependudukan. Oleh karena itu website ini masih belum dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum untuk mendapatkan pelayanan. Kekurangan yang lain adalah terdapat link yang tidak aktif, tidak terisi, dan berita/informasi yang lama tidak diperbarui.

Berdasarkan kondisi tersebut, artinya banyak hal yang harus diperbaiki agar website Pemkot Bandar Lampung agar website Pemkot Bandar Lampung (<http://bandarlampungkota.go.id>) dapat menjadi website yang menjadi representasi pemerintah daerah dalam memberikan informasi dan pelayanan publik, mewujudkan e-governance.

Dengan melakukan perbaikan terhadap berbagai kekurangan yang berhasil diidentifikasi dari perspektif user sebagaimana yang telah dikemukakan oleh para informan penelitian, Pemkot Bandar Lampung diharapkan dapat memperoleh keuntungan sebagai lembaga pemerintah. Keuntungan atau manfaat-manfaat tersebut adalah komunikasi dengan biaya murah dan cepat sampai ke publik, internet selain menyediakan informasi juga dapat sebagai sarana komunikasi, sarana mendapatkan informasi kemajuan dunia, yang dapat dijadikan input bagi public relations, memelihara hubungan dengan media, dan masyarakat luas.

Keuntungan lain yang akan diperoleh adalah membentuk kelompok diskusi dan partisipasi publik dalam pembangunan daerah, sarana promosi dan pembentukan citra positif lembaga, menghemat waktu dalam penyebaran informasi dan pemberian pelayanan publik, mendukung program promosi potensi wilayah, sosialisasi program dan kebijakan pemerintah, sarana komunikasi efektif antara pemerintah daerah, memenuhi kebutuhan publik, dan penggunaannya untuk publisitas online.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa respon user terhadap website Pemkot Bandar Lampung cenderung menilai banyaknya kekurangan pada website:

1. Website Pemerintah Kota Bandar Lampung belum menerapkan secara optimal prinsip mengelola website yang baik karena masih terdapat link yang tidak aktif/tidak terisi, respon kontak informasi yang lambat dan seringkali off line, penataan penempatan informasi yang kaku dan membuat pengunjung kurang nyaman dalam membaca informasi, pemilihan warna yang kurang menarik dan membosankan. Meskipun website ini dinilai memiliki system navigasi yang mudah namun tujuan website untuk memberikan informasi dan pelayanan yang berorientasi kepada publik belum tercermin dengan baik pada informasi yang diberikan di dalam website.
2. Informasi pada website Pemkot Bandar Lampung menyajikan informasi yang lama tidak diperbarui, informasi lebih banyak tentang rutinitas Pemkot Bandar Lampung, belum ada keunggulan yang berarti dibandingkan banyaknya kelemahan yang harus diperbaiki. Selain itu informasi yang disajikan juga kurang rinci dan masih sedikit informasi



yang bersifat pelayanan publik pada kebutuhan masyarakat yang bersifat umum .

## BAB 6

### JADWAL PELAKSANAAN

Penelitian ini diperkirakan akan dapat dilakukan dalam waktu 3 bulan atau 12 minggu. Berikut ini adalah jadwal pelaksanaan penelitian ini :

No	Aktivitas	Minggu ke-											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan administrasi penelitian	■											
2	Penentuan informan		■										
3	Observasi awal, penyusunan unit-unit analisis			■	■								
4	Persiapan perangkat pencatatan dan perekaman data <i>website</i>					■							
5	Observasi <i>website</i> , pencatatan, perekaman data, wawancara						■	■	■	■			
6	Analisis data									■	■		
7	Laporan penelitian										■	■	
8	Seminar hasil penelitian												■

## BAB 7

### PERSONALIA PENELITIAN

1. Ketua Peneliti
  - a. Nama Lengkap : Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP : 197810282001122001
  - d. Disiplin Ilmu : Sosial/Ilmu Komunikasi
  - e. Pangkat/Golongan : Penata Muda
  - f. Jabatan Fungsional/ : LEKTOR /Ka. Laboratorium Jurusan Ilmu  
Jabatan Struktural : Komunikasi
  - g. Fakultas/Jurusan : FISIP/Ilmu Komunikasi
  - h. Waktu Penelitian : 18 jam/minggu
2. Anggota Peneliti :
  1. Dhanik Sulistyarini, MComm&MedSt.
  2. Drs. Sarwoko, M.Si.
3. Tenaga Laboran/Teknisi : -
4. Pekerja Lapangan/Pencacah : 2 orang mahasiswa
5. Tenaga Administrasi : -

## Daftar Pustaka

- Aan, Munawar Syamsudin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Anggoro, Linggar. 2008. *Teori & Profesi Kehumasan*. Bumi Aksara. Jakarta
- Birowo, M.Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Gitanyali. Yogyakarta
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.  
Jakarta
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Coulson, Colin dan Thomas. 2005. *Public Relations, Pedoman Praktis untuk PR*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, Glen M.Broom. 2007. *Effective Public Relations*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Kriyantono, Rachmat.,2008. *Public Relations Writing*. Prenada Media Group.  
Jakarta
- Nazir,Moh., 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Singaribun, Masri dan Sofyan Effendi. *Metode Penelitian Survai*. LP3ES. Jakarta
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

(<http://forum.kompas.com/jaringan-telekomunikasi-dan-internet/70377-apa-itu-website.html>, 4 april 2014 pukul 8.00) Diposting Jul 2011

<http://www.apjii.or.id>

Tantri Puspita Yazid. Abtrak tesis. PEMANFAATAN NEW MEDIA OLEH HUMAS PEMERINTAH UNTUK MEWUJUDKAN GOOD GOVERNANCE (Studi Kasus mengenai Pemanfaatan Website Pemerintah pada Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Sumatera Barat). Perpustakaan pusat UGM.

(<http://etd.ugm.ac.id>, 05 April 2014)

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), Pengertian EPR, 5 April 2014)