

**PENGELOLAAN WEBSITE dispورا.bantenprov.go.id
DALAM MENINGKATKAN CITRA
DINAS KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA
PROVINSI BANTEN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Humas
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

AYU FAZRIYANI

NIM. 6662110582

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG, 2018**

ABSTRAK

Ayu Fazriyani. NIM: 6662110582. Skripsi. Pengelolaan Website *dispورا.bantenprov.go.id* dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Pembimbing I, Dr. Rahmi Winangsih, M.Si. Pembimbing II, Darwis Sagita, S.I.Kom., M.I.Kom.

Kata kunci: Website, Citra

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan terkait pengelolaan website *dispورا.bantenprov.go.id* di Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian adalah Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten; Kepala Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten; Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten; Organisasi Kepemudaan di Provinsi Banten; Atlet Provinsi Banten; dan Dosen sebagai pengamat. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Teknik pengumpulan data penelitian melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data penelitian menggunakan analisis data Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Uji validitas penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian adalah pengelolaan *website* *dispورا.bantenprov.go.id* cukup optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dan terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat pengelolaan website *dispورا.bantenprov.go.id*. Saran dari peneliti adalah perlu peningkatan koordinasi dengan Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian (Kominfo) Provinsi Banten; perlu peningkatan dalam *update* informasi pada *website* *dispورا.bantenprov.go.id*; perlu penambahan jumlah SDM pengelola *website* *dispورا.bantenprov.go.id* yang sesuai dengan kualifikasi pendidikan; perlu peningkatan pendidikan dan pelatihan pada pengelola *website* *dispورا.bantenprov.go.id* tentang pengelolaan *website*, dan perlu penambahan instrumen pendukung peliputan kegiatan.

ABSTRACT

Ayu Fazriyani. NIM: 6662110582. Paper. Management of dispورا.bantenprov.go.id sites in order to improving the image of Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Communication Science Programme. Faculty of Social and Political Science. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Advisor I, Dr. Rahmi Winangsih, M.Si. Advisor II, Darwis Sagita, S.I.Kom., M.I.Kom.

Keywords : Website, Images

This research based on several problems related by Dispora's website management. Research methods that applied on this research are descriptive and qualitative approach. Several research informants are Secretary of Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Head of sub-division Program, Evaluation, Report and Financial Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Youth Organization at Banten Province, Athletes at Banten Province and Lecturer as observer. Researcher as Research Instrument. Data compiling techniques are through observation, deep information digging interview, and documentation study. Research data analyzing using Data Analysis Miles and Huberman techniques, i.e. data reduction, data serving, and conclude or verification. Validity test using source triangulates technique. The result is Dispora's website management is quite optimal on improving the images of Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten and there are supporting and resisting factors regarding website management. Suggestion of researcher is improving coordination with Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian (Kominfo) Provinsi Banten, Information update on the website, Replenishment of website management operator that qualified based on their education, improvement of education and training for website management operator and Replenishment of activities coverage supporting instrument.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : AYU FAZRIYANI

NIM : 6662110582

Tempat Tanggal Lahir : Serang, 23 Juli 1992

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi Pengelolaan Website dispora.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 24 Juli 2018

A 6000 Rupiah Indonesian postage stamp with a blue ink signature over it. The stamp features the text "METERAI KEPOL" at the top, the number "6000" in the center, and "6000 RUPIAH" at the bottom. The signature is written in blue ink over the stamp.

AYU FAZRIYANI

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : AYU FAZRIYANI
NIM : 6662110582
Judul Skripsi : PENGELOLAAN WEBSITE dispورا.bantenprov.go.id
DALAM MENINGKATKAN CITRA DINAS
KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA PROVINSI BANTEN

Serang, 13 Juli 2018

Skripsi ini Telah Disetujui untuk Diujikan

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

Pembimbing II,



Darwis Sagita, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198305162008121002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : AYU FAZRIYANI
NIM : 6662110582
Judul Skripsi : PENGELOLAAN WEBSITE dispورا.bantenprov.go.id
DALAM MENINGKATKAN CITRA DINAS
KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA PROVINSI
BANTEN

Telah diuji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 24 bulan
Juli tahun 2018 dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, 24 Juli 2018

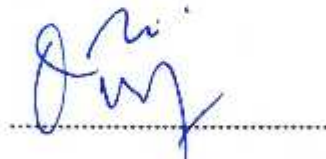
Ketua Penguji:

(Dr. Yoki Yusanto, S.Sos, M.I.Kom)
NIP. 197905032006041016



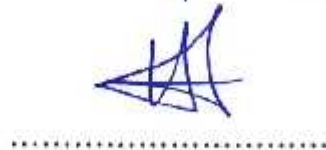
Anggota:

(Dr. Idi Dimiyati, S.I.Kom., M.I.Kom)
NIP. 197810152005011001



Anggota:

(Darwis Sagita, S.I.Kom., M.I.Kom)
NIP. 198305162008121002



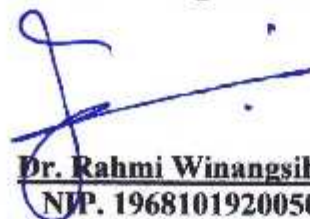
Mengetahui,

Dekan FISIP Untirta



Dr. Agus Sijafari, S.Sos., M.Si
NIP. 197108242005011002

Ketua Program Studi



Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

*“Balas dendam terbaik adalah
menjadikan dirimu lebih baik.”
(Sayyidina Ali Bin Abi Thalib)*

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Bapak, Mamah, keluarga,

Guru, dan teman-teman tercinta.

Terimakasih untuk semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur yang tak terhingga saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas kehendak-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, adapun judul skripsi penulis yaitu **“PENGELOLAAN *WEBSITE* *dispora.bantenprov.go.id* DALAM MENINGKATKAN CITRA DINAS KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA PROVINSI BANTEN”**.

Ucapan terima kasih tak lupa peneliti sampaikan kepada pihak yang telah memberikan pengajaran, bantuan, serta dorongan dalam upaya menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, peneliti sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa;
2. Bapak Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa;
3. Ibu Dr. Rahmi Winangsih, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sekaligus Dosen Pembimbing I Skripsi;

4. Bapak Darwis Sagita, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Wakil Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sekaligus Dosen Pembimbing II Skripsi;
5. Ibu Puspita Asri Praceka, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa;
6. Bapak (Suseno, S.H., M.Si) dan Mamah (Yunita), Kakak (Tiwi Rizkiyani, S.Sos., M.A), Adik (Ragil Sultan Jaya), Adik (Ninda Nurliyani) dan Hafid Amrullah Firdaus, S.Mat atas motivasinya;
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa khususnya Bagas Agung Nahdar, S.I.Kom, Mas Ahmad Suhendar, S.I.Kom, Iden Salman Aminudin, S.I.Kom, Indra Nurhadi, S.I.Kom, Rizal Tri Wibowo, S.I.Kom, dan Tarmidzi Syam, S.I.Kom;
8. Teman-teman Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Gita Tirtayasa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa;
9. Teman-teman Paduan Suara Pemerintah Provinsi Banten;
10. Teman-teman di lingkungan Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi Banten;
11. Seluruh Pegawai Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Banten;
12. Seluruh Pegawai Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten;
13. Seluruh Informan Peneliti;
14. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak terhadap skripsi ini. Akhir kata, peneliti ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Serang, 2018

Penulis,

Ayu Fazriyani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK

ABSTRACT

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

DAFTAR LAMPIRAN viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah.....16

1.3 Batasan Masalah16

1.4 Tujuan Penelitian16

1.5 Manfaat Penelitian17

1.5.1 Manfaat Teoritis17

1.5.2 Manfaat Praktis17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Komunikasi Organisasi	18
2.1.2 <i>New Media</i> (Media Baru)	24
2.1.2.1 Internet.....	26
2.1.2.2 <i>Website</i>	34
2.1.2.3 <i>Website</i> pada Organisasi Pemerintah	38
2.1.2.4 Kualitas <i>Website</i>	42
2.1.3 Citra	43
2.1.3.1 Proses Pembentukan Citra.....	48
2.2 Penelitian Terdahulu	55
2.3 Kerangka Pemikiran Peneliti	57
2.4 Asumsi Dasar Penelitian	60

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	61
3.2 Informan Penelitian.....	63
3.3 Instrumen Penelitian	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5 Teknik Analisis Data	68
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	72

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	73
4.1.1 Gambaran Umum Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten	73
4.2 Deskripsi Data.....	78
4.2.1 Operasionalisasi Konsep	78
4.2.2 Daftar Informan Penelitian.....	80
4.3 Pembahasan	81

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	128
5.2 Saran	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Website</i> Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Provinsi Banten.....	8
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	72
Tabel 4.1 Komposisi dan Jumlah Personil Dispora Provinsi Banten.....	76
Tabel 4.2 Komposisi Pegawai berdasarkan Pangkat dan Golongan Dispora Provinsi Banten	76
Tabel 4.3 Komposisi Pegawai berdasarkan Kualifikasi Pendidikan Dispora Provinsi Banten	77
Tabel 4.4 Daftar Informan Penelitian.....	80
Tabel 4.5 Triangulasi Pertanyaan ke-1.....	82
Tabel 4.6 Triangulasi Pertanyaan ke-2.....	83
Tabel 4.7 Triangulasi Pertanyaan ke-3.....	84
Tabel 4.8 Triangulasi Pertanyaan ke-4.....	85
Tabel 4.9 Triangulasi Pertanyaan ke-5.....	86
Tabel 4.10 Triangulasi Pertanyaan ke-6.....	87
Tabel 4.11 Triangulasi Pertanyaan ke-7.....	88
Tabel 4.12 Triangulasi Pertanyaan ke-8.....	90
Tabel 4.13 Triangulasi Pertanyaan ke-9.....	91
Tabel 4.14 Triangulasi Pertanyaan ke-10.....	92
Tabel 4.15 Triangulasi Pertanyaan ke-11.....	92
Tabel 4.16 Triangulasi Pertanyaan ke-12.....	93
Tabel 4.17 Triangulasi Pertanyaan ke-13.....	94

Tabel 4.18	Triangulasi Pertanyaan ke-14.....	95
Tabel 4.19	Triangulasi Pertanyaan ke-15.....	97
Tabel 4.20	Triangulasi Pertanyaan ke-16.....	97
Tabel 4.21	Triangulasi Pertanyaan ke-17.....	99
Tabel 4.22	Triangulasi Pertanyaan ke-18.....	100
Tabel 4.23	Triangulasi Pertanyaan ke-19.....	100
Tabel 4.24	Triangulasi Pertanyaan ke-20.....	101
Tabel 4.25	Triangulasi Pertanyaan ke-21.....	102
Tabel 4.26	Triangulasi Pertanyaan ke-22.....	102
Tabel 4.27	Triangulasi Pertanyaan ke-23.....	103
Tabel 4.28	Triangulasi Pertanyaan ke-24.....	104
Tabel 4.29	Triangulasi Pertanyaan ke-25.....	105
Tabel 4.30	Triangulasi Pertanyaan ke-26.....	106
Tabel 4.31	Triangulasi Pertanyaan ke-27.....	107
Tabel 4.32	Triangulasi Pertanyaan ke-28.....	108
Tabel 4.33	Triangulasi Pertanyaan ke-29.....	109
Tabel 4.34	Triangulasi Pertanyaan ke-30.....	111
Tabel 4.35	Triangulasi Pertanyaan ke-31.....	111
Tabel 4.36	Triangulasi Pertanyaan ke-32.....	112
Tabel 4.37	Triangulasi Pertanyaan ke-33.....	114
Tabel 4.38	Triangulasi Pertanyaan ke-34.....	115
Tabel 4.39	Triangulasi Pertanyaan ke-35.....	116
Tabel 4.40	Triangulasi Pertanyaan ke-36.....	117

Tabel 4.41	Triangulasi Pertanyaan ke-37.....	118
Tabel 4.42	Triangulasi Pertanyaan ke-38.....	119
Tabel 4.43	Triangulasi Pertanyaan ke-39.....	120
Tabel 4.44	Triangulasi Pertanyaan ke-40.....	121
Tabel 4.45	Triangulasi Pertanyaan ke-41.....	121
Tabel 4.46	Triangulasi Pertanyaan ke-42.....	122
Tabel 4.47	Triangulasi Pertanyaan ke-43.....	123
Tabel 4.48	Triangulasi Pertanyaan ke-44.....	124
Tabel 4.49	Triangulasi Pertanyaan ke-45.....	124
Tabel 4.50	Triangulasi Pertanyaan ke-46.....	126

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia menurut Hasil Survey APJII Tahun 2017.....	2
Gambar 1.2 Layanan Internet yang Diakses di Indonesia menurut Hasil Survey APJII Tahun 2017	3
Gambar 1.3 Pemanfaatan Internet Bidang Layanan Publik di Indonesia menurut Hasil Survey APJII Tahun 2017	4
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Pelayanan dalam <i>E-Government</i>	40
Gambar 2.2 Tujuan PR adalah Membangun Citra dengan Mengubah Sikap Publik	45
Gambar 2.3 Model Pembentukan Citra menurut John S. Nimpoeno.....	50
Gambar 2.4 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	53
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	59
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data.....	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten	74
Gambar 4.2 Struktur Organisasi UPT Balai Pembinaan dan Pelatihan Olahraga	74

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Data *Website* di Lingkungan Organisasi Perangkat Daerah
(OPD) Pemerintah Provinsi Banten

Lampiran 3 Pedoman Wawancara Penelitian

Lampiran 4 Catatan Bimbingan

Lampiran 5 Matrik Wawancara Sebelum Reduksi Data

Lampiran 6 Matrik Wawancara Setelah Reduksi Data

Lampiran 7 *Membercheck*

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

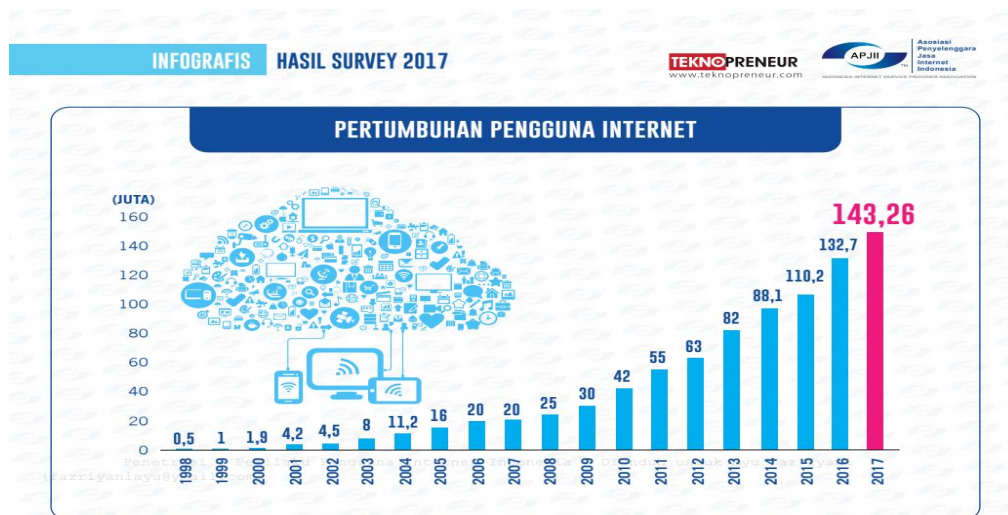
1.1 Latar Belakang Masalah

Media baru yang lahir sebagai transformasi media konvensional semakin menambah keberagaman media komunikasi. Media Konvensional seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, kini bertransformasi ke arah digital. Munculnya internet sebagai media digital baru semakin memudahkan arus informasi masyarakat. Kehidupan manusia di zaman sekarang dimudahkan dengan kemajuan teknologi, terutama internet. Dalam kegiatan sehari-harinya, manusia memilih menggunakan internet sebagai media untuk berinteraksi. Penggunaan internet tersebut diantaranya email, blog, website, dan berbagai media sosial. Kebutuhan dan ketergantungan manusia pada media baru ini menjadikan dunia tanpa batas. Istilah dunia tanpa batas dapat diartikan bahwa masyarakat dunia dapat dengan mudah berinteraksi dan memiliki akses informasi satu sama lain tanpa hambatan ruang dan waktu.

Kebebasan dalam memperoleh informasi di Indonesia, salah satunya dituangkan dalam Pasal 28F UUD 1945 yang menyatakan “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017, 143,26 juta jiwa penduduk Indonesia atau 54,68% dari 262 juta jiwa total populasi penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Berikut grafik 1.1 yang merupakan data pertumbuhan pengguna internet di Indonesia tahun 1998 hingga 2017:

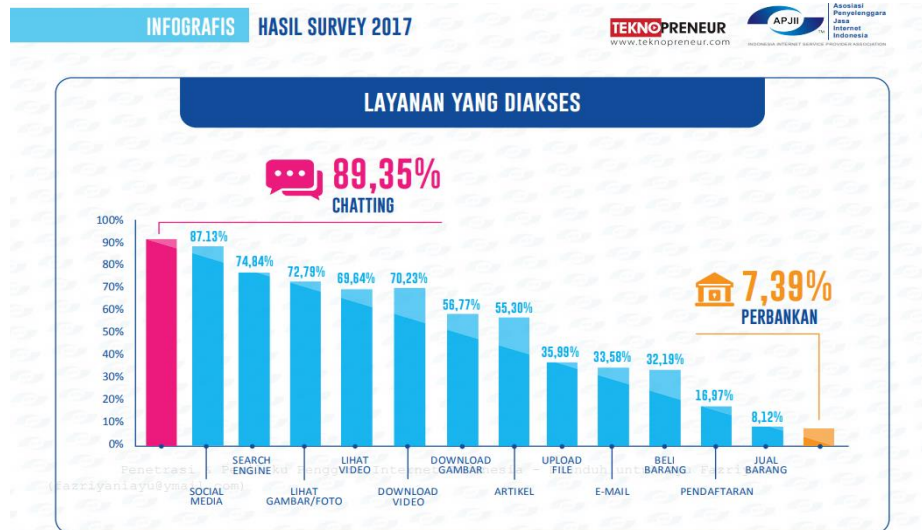
Gambar 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia menurut Hasil Survey APJII Tahun 2017



Sumber: Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tahun 2017.

Berdasarkan gambar 1.1, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dengan pesat tiap tahunnya. Selama 19 tahun, dari tahun 1998 hingga tahun 2017, pertumbuhan pengguna internet meningkat 13.86 juta jiwa penduduk, dari 0,5 juta jiwa penduduk pada tahun 1998 menjadi 143,26 juta jiwa penduduk. Adapun layanan internet yang diakses oleh masyarakat dapat dilihat pada grafik 1.2 berikut:

Gambar 1.2
Layanan Internet yang diakses di Indonesia menurut Hasil Survey APJII
Tahun 2017



Sumber: Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tahun 2017.

Berdasarkan gambar 1.2, layanan perbankan merupakan layanan yang paling sedikit diakses oleh masyarakat, yaitu sebanyak 7,39%. Layanan sosial media menempati urutan akses tertinggi, yaitu sebesar 87,13%. Sebanyak 89,35% layanan internet digunakan untuk *chatting*.

Dengan munculnya media baru yang menjadikan dunia tanpa batas, Lembaga Pemerintah pun dituntut untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi, salah satunya penggunaan internet sebagai media komunikasi. Penerapan dari penggunaan internet di lingkungan pemerintahan dikenal dengan sebutan *e-government*. Tuntutan akan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) di era digital ini melatarbelakangi lahirnya Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Adanya Undang-undang

Nomor 14 Tahun 2008 tersebut turut menjadi perhatian bahwa perlunya media penyebarluasan informasi, yang tidak hanya mengedepankan cepat, namun harus tepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah sebagaimana instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Informasi Publik.

Media penyebarluasan informasi pada Lembaga Pemerintah dapat berupa *email*, *website*, media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain. Pada Lembaga Pemerintah yang kegiatannya meliputi pelayanan publik kepada masyarakat, adanya internet sangat membantu dalam proses pelayanan publik, sehingga pelayanan publik menjadi efektif dan efisien, baik dari pemberi layanan maupun dari pihak masyarakat sebagai penerima layanan, seperti pembuatan SIM *online*, BPJS *online*, KTP *online*, surat menyurat *online*, dan sebagainya. Adapun pemanfaatan internet untuk bidang layanan publik di Indonesia menurut hasil survey APJII tahun 2017 dapat dilihat pada grafik 1.3 berikut:

Gambar 1.3
Pemanfaatan Internet Bidang Layanan Publik di Indonesia
menurut Hasil Survey APJII Tahun 2017



Sumber: Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tahun 2017.

Berdasarkan gambar 1.3, pemanfaatan internet pada bidang layanan publik, yaitu: 9,58% digunakan untuk laporan pengaduan; 11,2% digunakan untuk lapor pajak; 11,78% digunakan untuk pendaftaran KTP/SIM/paspor/BPJS; 12,51% digunakan untuk informasi administrasi; dan 16,17% digunakan untuk informasi undang-undang atau peraturan. Dari hal tersebut, penggunaan internet memudahkan dan membantu masyarakat dalam mengakses pelayanan publik.

Perkembangan teknologi informasi dan era keterbukaan informasi publik menjadikan peran humas menjadi sangat penting bagi Lembaga Pemerintah. Keberadaan humas sangat dibutuhkan terutama dalam menyampaikan berbagai informasi publik terkait dengan Lembaga Pemerintah yang bersangkutan kepada masyarakat. Tugas humas pemerintah, diantaranya mengelola informasi, menyampaikan informasi, memberikan pemahaman, dan menampung aspirasi dari dan kepada masyarakat. Humas diposisinya yang semakin strategis membutuhkan inovasi dalam penggunaan media komunikasinya agar lebih efektif. Salah satunya dengan memanfaatkan media website sebagai sumber informasi publik. Disadari atau tidak, penggunaan website oleh lembaga pemerintah tidak hanya berfungsi memuat informasi untuk menginformasikan saja, namun juga memuat informasi untuk membentuk citranya.

Secara garis besar, Humas didirikan untuk mencapai tujuan bagaimana menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau stakeholder-sasaran khalayak yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual*

understanding), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak (Ruslan, 2003:125).¹ Adapun tugas pokok dan kewajiban Humas adalah bertindak sebagai komunikator untuk membantu keberhasilan dalam melaksanakan program pembangunan pemerintah (*back up the government work program supporting*), memiliki kemampuan membangun hubungan yang positif (*good relationship*), konsep kerja yang terencana baik (*work program concept*), hingga mampu menciptakan citra baik bagi lembaga yang diwakilinya, serta membangun opini publik yang positif (*good image maker and positive of public opinion*).²

Agar memperoleh pengertian dan pemahaman publik sehingga menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya, humas pemerintah sebagai ujung tombak dan menyambung lidah pemerintah dituntut mampu untuk mensosialisasikan kebijakan, program, atau kegiatan pemerintah melalui pemanfaatan media komunikasi yang ada. Terpenuhinya hak asasi masyarakat untuk mendapatkan informasi, instansi pemerintah dapat memperoleh simpati, dukungan, dan mampu membangun kepercayaan publik yang berimbas pada pembentukan citra pemerintah itu sendiri.

Menanggapi hadirnya beragam media yang semakin menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi, humas pemerintah dengan kemampuannya mengelola isu dan menilai sikap publik, haruslah memiliki strategi komunikasi yang baik. Salah satunya dengan menyadari manfaat perkembangan teknologi tersebut dan memanfaatkan *website* sebagai salah satu media komunikasinya.

¹ Dimiyati, Idi; dkk. 2007. Mengelola Humas Pemerintah: Tinjauan Ringkas Biro Humas Pemprov Banten. Serang: Biro Humas Setda Provinsi Banten. Hal 4.

² Ruslan, Rosady. 2008. Etika Kehumasan: Konsepsi & Aplikasi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. Hal 109.

Seperti yang disebutkan Shel Holtz (1999) dalam bukunya *Public Relation on the Net*³, menyebutkan pendekatan strategi *public relations* salah satu diantaranya yaitu membuat *website* (situs web) untuk membentuk citra positif dimata publiknya. Pengelolaan website bagi pemerintah daerah di Indonesia merupakan implementasi dari Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*, bahwa dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) diperlukan adanya kebijakan dan strategi pengembangan *e-government*, salah satunya dengan memanfaatkan internet sebagai kemajuan dari teknologi informasi.

Sebagai salah satu provinsi di Indonesia, Provinsi Banten dalam pelaksanaan pembangunannya, telah memanfaatkan internet pada lembaga-lembaga pemerintahnya sebagai bentuk implementasi terhadap Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pendistribusian informasi publik kepada masyarakat untuk kepentingan publik. Adapun tujuan pembangunan adalah untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat Banten. Penggunaan internet dapat mendorong partisipasi masyarakat, seperti mengamati, merespon, serta memberikan saran dan kritik terhadap jalannya pembangunan.

Pada 20 Desember 2016, Provinsi Banten mendapat peringkat keempat Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2016. Hal ini merupakan salah satu bentuk partisipasi Pemerintah Daerah dalam mendukung Keterbukaan Informasi Publik di Indonesia. Penghargaan tersebut merupakan peningkatan

³ Nurjaman, Kadar., Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia. Hal. 149.

prestasi bagi Pemerintah Provinsi Banten karena di tahun sebelumnya, yaitu tahun 2015 Provinsi Banten hanya berada di peringkat delapan. Indikator penganugerahan ini berdasarkan penyediaan informasi publik dan penyebarannya serta akses warga dalam memperoleh informasi.⁴

Berikut ini merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Provinsi Banten yang memiliki *website* sebagai media komunikasi dan informasi dengan status *website* aktif:⁵

Tabel 1.1
Website Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Provinsi Banten

NO	ORGANISASI PERANGKAT DAERAH	DOMAIN	POSISI SERVER	STATUS WEBSITE		STATUS DASHBOARD	
				AKTIF	TIDAK AKTIF	AKTIF	TIDAK AKTIF
1	Dinas Pertanian	dispertan.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
2	Dinas Pertanian	sicdp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
3	Dinas Pertanian dan Peternakan	distanak.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
4	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	setkpid.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
5	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	virtualtour.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
6	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	diskominfo.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
7	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
8	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	humasprotokol.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
9	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	komisiinformasi.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
10	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	kpid.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
11	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	penyelenggarapos.dishubkominfo.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
12	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	ppid.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
13	Dinas Perhubungan	infomodik.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	

⁴ Top Media. 20 Desember 2016. Provinsi Banten Peringkat Keempat Keterbukaan Informasi Publik. [https://topmedia.co.id/provinsi-banten-peringkat-keempat-keterbukaan-informasi-\[publik/](https://topmedia.co.id/provinsi-banten-peringkat-keempat-keterbukaan-informasi-[publik/). [Diakses 19 April 2018].

⁵ Data Website Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Provinsi Banten, sampai dengan Bulan Mei Tahun 2018, sumber: Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Provinsi Banten. Data diperoleh peneliti Rabu, 02 Mei 2018 Pukul 09.30 WIB.

14	Dinas Perhubungan	pelabuhan.dishubkominfo.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
15	Dinas Perhubungan Provinsi Banten	dishub.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
16	Dinas Perhubungan Provinsi Banten	dishubkominfo.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
17	Dinas Kepemudaan dan Olahraga	dispora.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
18	Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral	distamben.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
19	Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral	desdm.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
20	Dinas Kelautan dan Perikanan	dkp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
21	Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan	dlhk.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
22	Dinas Ketenaga Kerjaan dan Transmigrasi	bursakerja.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
23	Dinas Ketenaga Kerjaan dan Transmigrasi	disnakertrans.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
24	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	dp3akkb.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
25	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	kpa.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
26	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	selamatkanibudanbayi.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
27	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	dpk.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
28	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	jikp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
29	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	bpad.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
30	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	dpmd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo		•	•	
31	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	bppmd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo		•	•	
32	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	prodeskel.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
33	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	dpmpstsp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
34	Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah	dppkd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
35	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang	dpupr.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
36	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang	dbmtr.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
37	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Provinsi Banten	sidaltaru.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
38	Dinas Ketahanan Pangan	disketapang.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
39	Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman	perkim.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
40	Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman	dsdap.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
41	Dinas Pendidikan dan kebudayaan	sarprassmk.dindikbud.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
42	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan	dindikbud.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
43	Dinas Kesehatan	dinkes.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
44	Dinas Perhutanan dan Perkebunan	dishutbun.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
45	Dinas Pariwisata	disbudpar.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
46	Dinas Pariwisata	dispar.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
47	Dinas Pariwisata	visit.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	

48	Dinas Koperasi dan UKM	dinkopukm.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
49	Dinas Sosial	dinsos.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
50	Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia	litbang.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
51	Badan Kesatuan Bangsa dan Politik	kesbangpol.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
52	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah	rtrw.bappeda.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
53	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah	bappeda.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
54	Badan Kepegawaian Daerah	bkd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
55	Badan Penanggulangan Bencana Daerah	bpbd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
56	Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah	bpkad.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
57	Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah	bapenda.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
58	Badan Koordinasi dan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu	bkpmpt.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
59	Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan	bkpp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
60	Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Daerah	bpsdmd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
61	Balai Pelayanan pendidikan Non Formal Dinas Pendiidkan	bppnf.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
62	Balai Kesehatan Kerja Masyarakat	bkkm.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
63	Biro Administrasi Pembangunan Daerah	biroadopem.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
64	Biro Bina Perekonomian	biroekonomi.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
65	Biro Bina Infrastruktur dan sumber daya alam	biroisd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
66	Biro Kesejahteraan Rakyat	birokesra.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
67	Biro Organisasi	biroorganisasi.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
68	Biro Pemerintahan	biropemerintahan.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
69	Biro Perlengkapan dan Aset	biroperlengkapanaset.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
70	Biro Umum Sekretariat Daerah	biroumum.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
71	Biro Administrasi Rumah Tangga Pimpinan	biroartp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
72	Biro Hukum sekretariat Daerah	birohukum.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
73	Dewan Riset Daerah	drd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
74	Inspektorat Provinsi	inspektorat.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
75	RSU Malingping	rsudmalingping.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
76	Rumah Sakit Umum Daerah Provinsi Banten	rsud.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
77	Sekretariat Daerah	pkk.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
78	Satuan Polisi Pamong Praja	satpolpp.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	
79	Sekretariat DPRD	setdprd.bantenprov.go.id	Didalam Kominfo	•		•	

Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Provinsi Banten, sampai dengan Mei Tahun 2018.

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, diketahui bahwa dari tujuh puluh sembilan domain *website*, tujuh puluh tujuh domain *website* OPD berstatus aktif dan dua domain *website* OPD berstatus tidak aktif, dimana posisi servernya berada di dalam Dinas Komunikasi Informasi, Statistik, dan Persandian Provinsi Banten. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Banten mendukung keterbukaan informasi publik melalui *new media*.

Dinas Kepemudaan dan Olahraga (Dispora) Provinsi Banten sebagai salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam peningkatan prestasi olahraga dan potensi pemuda, berperan penting dalam menciptakan iklim masyarakat yang mampu memberdayakan dirinya sendiri untuk ikut serta berpartisipasi dalam pelaksanaan pembangunan bidang pemuda dan olahraga di Provinsi Banten. Dalam menyelenggarakan pelayanan pemerintahan yang baik atau “*good governance*” dan seiring dengan penyelenggaraan *e-government*, Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten memiliki media *website* dengan alamat *dispora.bantenprov.go.id* yang bisa diakses oleh masyarakat kapanpun dan dimanapun untuk mendapatkan informasi. Pengelolaan *website* Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten merupakan salah satu bentuk partisipasi Pemerintah Provinsi Banten terhadap perkembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung tata kelola pemerintahan dan keterbukaan informasi publik.

Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten berada pada peringkat kedelapan keterbukaan informasi publik kategori Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang diselenggarakan oleh Komisi Informasi (KI) Provinsi Banten tahun

2017. Demi mendorong terciptanya pemerintahan yang bersih, transparan dan akuntabel, Komisi Informasi (KI) Provinsi Banten terus berupaya mendorong badan publik di lingkungan Pemerintah Provinsi Banten untuk menjalani perintah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik agar terciptanya pemerintahan yang *good governance*.⁶

Sebagai salah satu organisasi perangkat daerah (OPD) yang memiliki otoritas pada urusan kepemudaan dan keolahragaan, Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten memiliki posisi strategis, dalam mempublikasikan kegiatan kepemudaan dan keolahragaan di Provinsi Banten sekaligus mempromosikan atlet-atlet yang berprestasi serta pemuda berprestasi dari Provinsi Banten. Melalui website *dispورا.bantenprov.go.id*, peningkatan citra positif Provinsi Banten melalui Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dapat terwujud.

Peneliti memilih Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai salah satu OPD yang menerapkan *new media* dengan penggunaan *website* sebagai salah satu strategi humasnya dalam menyebarluaskan informasi kedinasannya, dimana *website* ini cukup aktif dalam menyajikan informasi mengenai perkembangan dan kemajuan serta prestasi yang dicapai oleh Provinsi Banten dalam bidang kepemudaan dan keolahragaan.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara pendahuluan secara *random* oleh peneliti pada pra penelitian, ditemukan masalah terkait dengan *website* *dispورا.bantenprov.go.id* yang merupakan *website* Dinas Kepemudaan

⁶ Berita Transparansi. 07 Desember 2017. Ini Daftar Badan Publik di Pemprov Banten Raih Keterbukaan Informasi. <https://www.beritatransparansi.com/ini-daftar-badan-publik-di-pemprov-banten-raih-keterbukaan-informasi/>. [Diakses 19 April 2017].

dan Olahraga Provinsi Banten, yaitu pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id belum optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id yang belum optimal tersebut dikarenakan terdapat beberapa faktor yang menghambat dan menjadi masalah dalam pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id. Faktor-faktor penghambat tersebut, diantaranya kurangnya sosialisasi *website* dispora.bantenprov.go.id kepada masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) pengelola *website* dispora.bantenprov.go.id pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, informasi di *website* dispora.bantenprov.go.id yang kurang memadai, respon terhadap kritik pada *website* dispora.bantenprov.go.id masih lambat, tampilan *website* dispora.bantenprov.go.id belum ada pembaharuan, dan kurang tersedianya instrumen pendukung pengelola *website* dalam proses peliputan kegiatan.

Kurangnya sosialisasi dari Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten untuk mempromosikan program atau kegiatan yang akan, masih, dan telah berlangsung dengan memaksimalkan pemanfaatan media *website*-nya, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya *website* dengan alamat dispora.bantenprov.go.id sebagai *website* resmi Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten yang bisa mereka akses untuk mendapatkan informasi seputar bidang kepemudaan dan keolahragaan di Provinsi Banten.

Keterbatasan SDM pengelola *website* pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, yaitu kurang memadainya jumlah pegawai yang menangani *website* dispora.bantenprov.go.id dan juga kurang sesuainya latar

belakang pendidikan para pengelolanya. Kurang tersedianya SDM yang memiliki latar belakang ilmu komunikasi khususnya kehumasan, sehingga masih kurang maksimal dalam pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id. *Website* dispورا.bantenprov.go.id merupakan *website* yang cukup aktif di lingkungan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Provinsi Banten, namun belum *up to date* dalam menayangkan agenda kegiatan maupun pada penayangan beritanya. Selain itu, ada beberapa menu dan sub menu pada *website* yang jarang sekali di perbaharui informasinya, bahkan ada yang tidak bisa di akses. Menurut Data dari Dinas Komunikasi Informatika, Statistik, dan Persandian Provinsi Banten Bulan Mei Tahun 2018, *website* dispورا.bantenprov.go.id meng-*update* berita terakhir (*last update*) pada tanggal 14 Maret 2018, dengan judul berita “Rapat Persiapan Seleksi Pertukaran Pemuda Antar Negara.”

Tersedianya kotak kritik dan saran yang terletak dibagian bawah pada tampilan *website* dispورا.bantenprov.go.id, dirasa kurang efektif karena setelah pengisian, dimana pengunjung kesulitan mengirimkan kritik dan saran tersebut. Hal ini sering terjadi ketika pengunjung *klik send message* selalu muncul keterangan yang menjelaskan kurang lengkapnya format pengetikan sehingga pengiriman kritik dan saran selalu gagal.

Tampilan *website* dispورا.bantenprov.go.id belum ada pembaharuan, dimana pembaharuan tampilan ini penting untuk diperhatikan oleh pengelola, karena tampilan pada *website* secara tidak langsung menggambarkan bagaimana dan seperti apa instansi pada *website* yang diaksesnya. Tampilan pada *website* dispورا.bantenprov.go.id selama satu tahun terakhir belum ada pembaharuan baik

dari *design*, warna maupun menempatkan menu pada tampilan *website*-nya. Adanya penyegaran tampilan *website* tentunya dapat menarik minat pengunjung untuk mengakses *website* Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten tersebut.

Kurang tersedianya instrumen pendukung pengelola *website* dalam proses peliputan kegiatan menjadi salah satu penghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id. Penggunaan instrumen pendukung pengelola *website* dalam proses peliputan kegiatan seperti tersedianya *laptop*, *hardisk*, *recorder*, dan *handycam* sudah dilakukan, namun belum optimal karena masih ada instrumen lain seperti kamera SLR yang masih digunakan secara bergantian oleh bidang lain pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sehingga kurang efektif. Selain itu, upaya untuk menampilkan *streaming* atau siaran langsung pada *website* dispورا.bantenprov.go.id saat meliput kegiatan-kegiatan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten masih pada tahap perencanaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai **“Pengelolaan *Website* dispورا.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.”**

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memberikan paparan yang jelas dan agar terfokusnya pembahasan maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk membatasi masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi penelitian pada pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten

2. Menjelaskan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan yang bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan pengetahuan terutama dalam ranah ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi organisasi melalui *new media*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi dinas terkait, yaitu Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran terkait pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan dan penguasaan ilmu-ilmu yang pernah diperoleh peneliti selama mengikuti pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dan referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut R. Wayne Pace & Don F. Faules, didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.⁷

Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi.⁸

Goldhaber dalam Romli memberikan definisi komunikasi organisasi berikut:⁹

“Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty. (Proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.”

⁷ Pace, R. Wayne., Don F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 31.

⁸ Pace, R. Wayne., Don F. Faules. Op. Cit. Hal 34.

⁹ Romli, Khomsahrial. 2014. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo. Hal 13.

Definisi tersebut mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian:¹⁰

a. Proses.

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

b. Pesan

Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.

c. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.

d. Keadaan Saling Tergantung

Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi.

¹⁰ Romli, Khomsahrial. Op. Cit. Hal 13-20.

e. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari.

f. Lingkungan

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

g. Ketidakpastian

Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Jadi ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima.

Katz dan Kahn dalam Romli, mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn, organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.¹¹

¹¹ Romli, Khomsahrial. Op. Cit. Hal 11.

Zelko dan Dance dalam Romli, mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum. Kemudian bersama Lesikar, mereka menambahkan satu dimensi lagi dari komunikasi organisasi yaitu dimensi komunikasi pribadi diantara sesama anggota organisasi yang berupa pertukaran secara informal mengenai informasi dan perasaan di antara sesama anggota organisasi.¹²

Menurut Romli, meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya itu ada beberapa hal yang umum yang dapat disimpulkan yaitu:¹³

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
- c. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan, *skillnya*.

¹² Romli, Khomsahrial. Op. Cit. Hal 11-12.

¹³ Romli, Khomsahrial. Op. Cit. Hal 12-13.

Menurut Liliweri, komunikasi-termasuk komunikasi yang dioperasikan dalam konteks organisasi-merupakan suatu aktivitas manusia yang selalu melibatkan sumber komunikasi; pesan komunikasi yang berbentuk verbal dan nonverbal; media atau saluran sebagai sarana atau wadah tempat pesan atau rangkaian pesan dialihkan; cara, alat, atau metode untuk memindahkan pesan; penerima atau sasaran yang menerima komunikasi; tujuan dan maksud komunikasi; dan rangkaian kegiatan antara sumber atau pengirim dengan sasaran atau penerima.¹⁴

Secara garis besar, pusat perhatian komunikasi organisasi terdiri atas tiga poin, yaitu:¹⁵

- a. Struktur organisasi. Tema studi komunikasi terhadap struktur berisi tentang bagaimana struktur organisasi itu mendukung, memudahkan, dan membuat menjadi jelas status dan peranan setiap orang dalam satu organisasi.
- b. Konteks organisasi, meliputi kajian terhadap situasi dan kondisi sosiologis-antropologis, kultural, psikologis, fisik-geografis, material, dan teknologi yang menjadi ruang dimana suatu organisasi itu beroperasi. Dalam konteks ini, dipelajari pula iklim dan budaya organisasi.
- c. Proses organisasi, meliputi kajian seperti perubahan-perubahan organisasi, baik yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal organisasi, misalnya pengaruh lingkungan organisasi.

¹⁴ Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 360.

¹⁵ Ibid. Hal 368.

Menurut Liliweri, ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:¹⁶

- a. Menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.
- b. Membagi informasi (*information sharing*). Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi organisasi, sub organisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi.
- c. Menyatakan perasaan dan emosi. Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.
- d. Tindakan koordinasi. Bertujuan mengordinasikan sebagian atau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi, yang telah dibagi habis ke dalam bagian atau sub bagian organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan organisasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi pada organisasi, baik pertukaran informasi yang terjadi didalam organisasi itu sendiri (*internal*), maupun pertukaran informasi yang terjadi di luar organisasi (*eksternal*), dimana merupakan suatu sistem yang terhubung satu sama lain, serta dipengaruhi oleh lingkungan.

¹⁶ Liliweri, Alo. Op. Cit. Hal 372-373.

2.1.2 *New Media* (Media Baru)

Perkembangan teknologi komunikasi belakangan ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan kemunculan new media merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang baru dan digital. Media yang menjadi salah satu pilihan bagi publik untuk mendapatkan informasi secara cepat adalah media baru. McQuail menyatakan bahwa *new media* adalah sebuah set berbeda dari teknologi komunikasi yang memiliki fitur tertentu yang terbaru dibuat dengan cara digital dan banyak tersedia untuk digunakan oleh personal sebagai alat komunikasi.¹⁷

Dalam praktek komunikasi, baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi maupun negara; telah banyak memanfaatkan *new media* sebagai salah satu alat untuk mendukung proses komunikasi. Sama halnya dengan media cetak dan media elektronik, *new media* pun memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi (audiens).

Hingga saat ini masih belum ada kerangka teori yang mempelajari secara khusus dan jelas apakah itu *new media*. Akan tetapi, penulis akan menjelaskan pengertian *new media* secara umum dan mewakili semaksimal mungkin karakteristik dari *new media*. Mungkin hal yang dipertanyakan disini adalah media seperti apa yang dikategorikan sebagai *new media*, yang pada akhirnya dapat membedakannya dengan media lainnya. Mungkin saja para pembaca akan berpikir bahwa *new media* yang dimaksud disini adalah media yang memiliki perkembangan dan teknologi generasi terbaru. Atau bisa saja, produk teknologi

¹⁷ Dianingtyas, Bendecca Salindri. 2014. *Pengaruh Kualitas Website terhadap Citra Pemerintah Kab. Wonogiri*. Yogyakarta: UAJY. Hal 20.

yang akan mengeluarkan suatu lini produk terbaru di tahun yang akan mendatang dengan spesifikasi yang lebih canggih.

Akan tetapi, *new media* menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3rd Edition* merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi yang digital.¹⁸

Media baru merupakan produk yang berteknologi digital dan memungkinkan adanya manipulasi. Artinya, memungkinkan adanya pemalsuan identitas dari produk media baru ataupun informasi yang ada di dalamnya sehingga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan terhadap sumber. Di lain sisi, media baru generasi 2.0 ini memungkinkan komunikasi dua arah sehingga cepat dalam mendapatkan *feedback*. Media baru memungkinkan adanya pertukaran informasi lintas negara maupun benua secara mudah dan cepat.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *new media* merupakan media baru yang lahir dari kemajuan teknologi komunikasi digital, sehingga memudahkan pertukaran informasi dengan mudah dan cepat.

¹⁸ Rinawati., Dominikus Tulasi. 2012. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter @binus_univ terhadap Efektifitas Komunikasi Mahasiswa Binus Marketing Communication Public Relations Angkatan 2008*. BINUS. Hal 19.

2.1.2.1 Internet

Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan pengguna berbagai macam media untuk menyampaikan pesan. Salah satu media baru yang mulai banyak digunakan adalah internet. Internet merupakan jaringan kependekan dari *interconnected networking*. Secara umum, internet merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia.¹⁹ Dengan menggunakan internet, semua kegiatan dapat semakin mudah dilakukan. Internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti media informasi, sebagai media komunikasi, media belajar, media hiburan, serta sebagai media bisnis, dan perdagangan.²⁰ Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diverifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet.²¹

Jagat raya internet tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya ARPANET, suatu proyek eksperimen dari Kementerian Pertahanan Amerika Serikat, bernama *DARPA (Department of Defense Advanced Research Project Agency)*. Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber data yang jauh, seperti komputer dan pangkalan data yang besar.²²

Menurut Laquey (1997), Reddick dan King (1196) dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto, Keberhasilan ARPANET membantu membudidayakan

¹⁹ Rasul, Juharis. 2008. *Teknologi Informasi dan Komunikasi, Bagian 2 SMA Kelas XI*. Jakarta: Quadra. Hal 3.

²⁰ Rasul, Juharis. Op. Cit. Hal 4.

²¹ Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana. Hal 113.

²² Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto. 2016. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 189.

sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian menjadi saling berhubungan. Dua puluh lima tahun kemudian, sistem ini berevolusi menjadi suatu “organisme” yang semakin luas perkembangannya mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.²³

Pengertian internet sendiri memiliki arti yang cukup luas dimana kata internet itu sendiri merupakan singkatan dari *interconnection-networking*, bisa diartikan sebagai *global network of computer networks* atau sebuah jaringan komputer dalam skala global atau mendunia. Jaringan komputer ini berskala internasional yang dapat membuat masing-masing komputer berkomunikasi.²⁴ Sehingga internet bisa menyiarkan dan mengakses secara langsung baik berita maupun informasi dengan akses internet online ke seluruh penjuru dunia tanpa ada batasan wilayah geografis dari setiap penggunaannya.

Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Internet adalah jaringan global dari komputer-komputer yang saling terhubungkan dimana individu yang terhubung dengan sebuah jaringan berkomunikasi dengan komputer manapun dari ribuan komputer lain jika jaringan tersebut juga tersambung dengan berbagai jaringan. Internet merupakan suatu media yang sangat besar manfaatnya, maka tidaklah berlebihan jika disebut sebagai *cyberspace* komunikasi baru dari masyarakat dunia. Berbagai kalangan mulai dari *businessman*, akademisi, praktisi media massa, pemasaran, *public relations*, para ibu rumah tangga, siswa atau bahkan

²³ Ibid. Hal 189.

²⁴ Febrian, Jack. 2003. *Menggunakan Internet*. Jakarta: Informatika. Hal 3.

anak-anak dapat mengambil keuntungan dengan hadirnya internet.²⁵

Rachmat Kriyantono mengemukakan 5 keunggulan internet sebagai media baru, yaitu:²⁶

1. Desentralisasi

Dapat diartikan pusat informasi tidak lagi pada pemasok komunikasi. Setiap individu, kelompok, institusi bisa menjadi pemasok komunikasi. Individu dan institusi bisnis bisa membuat blog atau *web* sendiri.

2. Kemampuan tinggi

Dalam arti tidak terjadi hambatan komunikasi disebabkan oleh pemancar sinyal karena lewat satelit dan kabel. Dapat menyediakan informasi yang beragam secara cepat.

3. Timbal balik dalam arti ada interaksi langsung antara sumber dengan penerima.

4. Kelenturan atau fleksibilitas pada bagian isi, bentuk atau penggunaan

5. Menyediakan fasilitas komunikasi impersonal dan personal sama baiknya. Saat ini, pengguna bukan hanya dapat mengirim e-mail, tetapi dapat berinteraksi secara lebih personal melalui fasilitas *chatting* yang juga dilengkapi video *online*.

Hafied Cangara menyatakan, kelebihan jaringan komunikasi internet adalah kecepatan mengirim dan memperoleh informasi, sekaligus sebagai penyedia data yang *sophisticated*, karena sebelumnya orang tidak membayangkan bahwa internet akan menjadi perpustakaan dunia yang dapat diakses melalui

²⁵ Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal 265.

²⁶ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 267.

world wide web (www).²⁷ Teknologi telah mengubah pola komunikasi humas yang sebelumnya masih sederhana seperti komunikasi dari atas ke bawah, dari bawah ke atas, horizontal maupun diagonal. Kini semua itu telah ditinggalkan dan beralih dengan pola komunikasi yang lebih aktual setelah hadirnya internet.

Internet membawa perspektif baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses informasi kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya. Organisasi atau perusahaan yang mengadopsi internet akan mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat yang semakin heterogen dan dapat menjangkau khalayak sasaran yang lebih besar jumlahnya.²⁸

Rachmat Kriyantono menjelaskan berbagai keuntungan yang didapat dari aplikasi internet dalam praktik *public relations*, yaitu:²⁹

1. Komunikasi dengan biaya murah dan cepat sampai ke publik.

Internet selain menyediakan informasi juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi. Dengan menggunakan IRC pengguna internet dapat berkomunikasi lewat *keyboard* dan bahkan jika PC dilengkapi dengan *soundcard, speaker, video card*, kamera, dan lain-lain peralatan pendukung dapat ber-*teleconference*. Bahkan internet juga dapat digunakan sebagai mesin pengganti mesin faksimile dan ke mana pun Anda mengirimnya hanya dihitung sebagaimana pulsa lokal. Pengiriman pesan via e-mail lebih murah daripada mengirim pos melalui surat atau titipan kilat khusus. Sebagai contoh di warung

²⁷ Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal 150.

²⁸ Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 192.

²⁹ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 270-274.

internet, Anda cukup mengeluarkan Rp 1.500,- untuk tiap jam menggunakan internet. Waktu satu jam bisa digunakan untuk mengirim ratusan pesan via e-mail.

2. Sarana mendapatkan informasi kemajuan dunia.

Internet menyediakan berbagai informasi perkembangan terakhir dari kemajuan teknologi, *medical*, militer, dan lainnya. Berbagai informasi produk baru, informasi bisnis, manajemen, moneter, dan lainnya. Informasi-informasi ini sangat penting sebagai *input* bagi *public relations*, misalnya dalam membuat perencanaan program atau membuat sebuah keputusan penting.

3. Memelihara hubungan dengan media.

Surat yang biasa dikirim lewat kantor pos misalnya sering diistilahkan dengan surat siput. Hal ini tidak terjadi jika menggunakan internet, sehingga hubungan dengan rekan bisnis, media, keluarga, maupun instansi tertentu dapat berjalan dengan cepat melalui internet.

4. Membentuk kelompok diskusi atau bisnis dan membentuk opini public.

Public realtions bisa melakukan kegiatan bertukar informasi dengan publiknya dan menjalin hubungan dengan media. Sebagaimana dalam masyarakat layaknya, sering terjadi suatu kelompok profesi tertentu yang saling bertukar informasi. Hal ini pun terjadi pada para pemakai internet sehingga terbentuk berbagai kelompok diskusi atau bisnis dan semua orang dapat ikut bergabung di dalamnya. Ini menunjang tugas *public relations* untuk memonitor lingkungan melalui *online monitoring*. *Public relations* bisa dengan cepat memonitor opini publik yang berkembang.

5. Sarana promosi dan pencitraan korporat.

Perusahaan bisnis dapat mengiklankan dan memberi informasi produknya lewat internet, bahkan kesempatan ini pun sering dipakai oleh pihak pemerintah maupun swasta untuk mengenalkan objek wisata lewat internet. PR dapat membuat *annual report*, *company profile* atau *commercial online* melalui situs atau web site perusahaan. Selain itu, dapat melakukan *one to one marketing* dengan pihak lain.

6. Menghemat waktu.

Sewaktu-waktu informasi bisa di-*update* dan dapat secara cepat disebarkan ke publik. Salah satunya karena sifat *portability*. Kita dapat mengirim dan menerima pesan di mana pun kita dapat menghubungkan komputer dengan telepon. Saat ini, pengguna bisa berinternet melalui *handphone*. Publik butuh informasi cepat. Melalui internet *public relations* bisa menstruktur informasi untuk merespons isu-isu dan perubahan pasar yang terjadi secara cepat. Menghemat waktu ini juga berkaitan dengan kearsipan (*record keeping*). *Public relations* bisa menyimpan segala dokumen yang diperoleh dari *public relations* dengan cara mudah.

7. Mendukung program pemasaran.

Web site perusahaan juga bisa diisi dengan pesan-pesan pemasaran. Misalnya *webvertising*. Keuntungan yang diperoleh antara lain bisa menaikkan pendapatan yang didapatkan dari konsumen baru dengan basis internet, memangkas biaya pemasaran dengan hanya menggunakan katalog *online*, mempertahankan konsumen yang loyal dengan memperkuat hubungan ke

konsumen dengan memberikan pilihan bagi konsumen serta pemberian informasi melalui sistem penjualan *online*. Selain itu, penggunaan *online* media ini bisa untuk memperluas pasar.

8. Komunikasi efektif.

Internet dianggap efektif dalam praktik *public relations*, karena menciptakan hubungan *one to one*, *many to one* (*e-mail* ke satu alamat sentral dan banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu web site) dan *many to many* (*e-mail*, milis, kelompok-kelompok baru). Adapun media massa konvensional lebih bersifat *one to many* atau *one to mass*. Selain itu, internet efektif berkomunikasi secara personal dengan publik yang lebih spesifik.

9. Memenuhi kebutuhan publik.

Melalui internet, publik dapat mengakses semua *press release* atau *news release* perusahaan, publik dapat mengakses informasi dalam *homepage* dalam *www*, dan *public relations* dapat berinteraksi dengan publik lewat *mailing list*. Melalui internet, *public relations* memenuhi kebutuhan publik untuk memperoleh informasi yang lebih fokus, *one to one communication* (personal). Ada prinsip egaliter. Setiap orang mempunyai peluang sama untuk berinteraksi melalui internet. Publik membutuhkan sarana berpartisipasi dan berinteraksi. Bila ini diterapkan, maka tidak ada jarak antara manajemen dan karyawan, misalnya. Mungkin karyawan tidak memiliki keberanian untuk bertemu langsung dengan manajemen. Melalui *e-mail*, karyawan bisa menyampaikan suara hatinya. Selain itu, melalui intranet memudahkan informasi tersebar kepada karyawan.

10. Menuju pemasaran global.

Hal ini memungkinkan perusahaan masuk dalam jaringan pemasaran global. Selain itu, di era persaingan saat ini, *public relations* mesti mengemas pesan untuk sasaran yang tersegmen. Inilah yang membuat internet disebut sebagai *narrowcasting*.

11. Menggapai publisitas media *online*.

Saat ini semakin marak media konvensional-televisi, surat kabar, radio yang memiliki versi *online*. Ini peluang untuk menyebarluaskan informasi melalui media *online*. Selain itu, produk atau perusahaan bisa diberitakan di bagian artikel editorial atau *e-zine* lain yang terkenal.

12. Ketergantungan pada media massa konvensional bisa dikurangi.

Melalui internet (seperti website, blog, facebook, twitter), perusahaan bisa berkomunikasi langsung dengan publiknya tanpa perlu mediasi dari pihak lain. Internet membuat aktivitas *public relations* menjadi aktivitas yang kembali lebih memerhatikan publik. Perusahaan bisa menyebarkan *release*-nya lebih bebas, tanpa khawatir diseleksi atau ditolak oleh media massa. Bukan berarti media massa konvensional tidak dibutuhkan. Internet dan media massa saling melengkapi, karena masing-masing mempunyai ciri khas sendiri.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa internet merupakan jaringan komunikasi global yang saling terhubung, sehingga memungkinkan setiap orang mengakses informasi kapan saja dan dimana saja apabila menggunakan jaringan tersebut.

2.1.2.2 Website

New media terdiri dari beberapa kategori yaitu, *social media*, *blog*, *website*, dan *instant messaging*. Salah satu inovasi terbesar yang turut muncul seiring dengan perkembangan internet adalah ditemukannya *World Wide Web* atau WWW yang biasa disebut dengan *Website* atau disingkat *Web*. *Website* merupakan aplikasi internet yang dipilih banyak orang untuk mengakses informasi secara *online*. *Website* mencakup dokumen-dokumen serta *link* ke dan dari dokumen-dokumen yang ditransmisikan melalui internet. Penggunaan *website* saat ini menjadi semakin mudah dan gampang dan dapat dilakukan secara personal.

Website adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman *web* yang saling berhubungan. Hubungan antara satu halaman *web* dengan halaman *web* yang lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.³⁰

Manfaat dari *website* menurut Zaki dan Smitdev Community adalah:²⁴

1. Penggunaan biaya, waktu dan tenaga yang efisien
2. Mampu menunjukkan informasi diri.
3. Dapat digunakan untuk melakukan bisnis secara *online*.
4. Mampu meningkatkan komunikasi.
5. Berbagi informasi.
6. Meningkatkan daya saing keunggulan yang kompetitif

³⁰ Yuhefizar, Moduto., Rahmat Hidayat. 2005. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Hal 2.

Kehadiran *web* untuk menjelajah internet memberikan kemudahan akses berbagai informasi baik yang berupa teks, grafis, gambar, dan suara bagi penggunanya, bahkan dapat menyimpan dan menyalin baik itu teks, gambar, dan suara ke dalam hardisk dan semacamnya.³¹

Pemanfaatan jaringan internet (misalnya *website*), berarti menambah variasi media informasi publik. Variasi media berarti memungkinkan variasi kemasan pesan. Ini penting agar pola penyebaran informasi tidak menoton, selain itu *public relations* memperhatikan perilaku dan kebutuhan publik dalam mengonsumsi informasi. Ini berkaitan dengan perubahan konsumsi informasi yang membutuhkan kecepatan sumber.³²

Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa ketika perusahaan mengaplikasikan teknologi internet dalam operasional perusahaan-misalnya dengan memiliki alamat *web*, maka akan menempel citra tertentu sebagai perusahaan yang:³³

1. Lebih berorientasi konsumen dan responsif.
2. Lebih informatif.
3. Lebih canggih dan berteknologi tinggi.
4. Lebih dekat dengan pasar intelektual dan “kaum muda”.

³¹ Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga. Hal 301.

³² Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 269.

³³ Ibid. Hal 269-270.

Menurut Louis K. Falk dalam Kriyantono, ada enam aturan tips mengelola web site dengan baik, yaitu:³⁴

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

Setiap *link* harus aktif. Jangan sampai saat diklik ternyata tidak aktif. Ini jelas mengecewakan pengguna. Kalau terjadi berulang kali akan menjatuhkan kepercayaan publik. Ini seperti sebuah artikel surat kabar yang seharusnya bersambung ke halaman lain, tetapi saat dicari tidak ditemukan.

2. Tersedia kontak informasi (*contact information*).

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

³⁴ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 276-277.

5. Mudah penggunaan.

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

6. Bertujuan.

Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. Web site biasanya dibagi dalam tiga kategori:

- a. *Presence model*, digunakan untuk alat promosi.
- b. *Informational model*, dipenuhi dengan beragam materi pesan, termasuk informasi untuk pers.
- c. *E-commerce model*, didesain untuk menciptakan dan menjaga penjualan.

Alamat *web* menjadi lebih dari sekedar “*homepage*” perusahaan. *Web* menjadi rumah “virtual” perusahaan. Bagi konsumen, web adalah tempat menemukan organisasi atau perusahaan sehingga *web* menjadi rumah nyata bagi organisasi atau perusahaan nyata alamat fisiknya. Bagi sejumlah besar organisasi atau perusahaan, *web* adalah poin kontak primer, tempat orang tahu dimana menemukan alamat organisasi atau perusahaan.²⁹ Menurut Kriyantono, pada dasarnya *website* merupakan gambaran menyeluruh dan representasi dari

²⁹ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 276.

sebuah institusi. Di situ mencakup *company profile*, *annual report*, *new release*, dan lainnya. Publik tidak perlu mengeluarkan tenaga dan waktu lama untuk memperoleh informasi tentang institusi tersebut, dengan mengunjungi alamat *website*-nya saja publik sudah bisa mendapatkan informasi yang diinginkan.³⁰

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *website* adalah salah satu media baru berupa aplikasi yang berisi informasi dengan fitur-fitur yang dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih menarik. *Website* merupakan gambaran yang mewakili suatu organisasi, perusahaan maupun Instansi tertentu.

2.1.2.3 Website pada Organisasi Pemerintah

Organisasi Pemerintah dalam pemanfaatan *new media*, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media *website* dalam menyebarkan informasi kepada publik. Dalam pemerintahan, pemanfaatan *website* dikenal dengan *e-government*.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui penerapan *e-government* sangat dibutuhkan untuk menunjang layanan publik demi tercapainya *good governance*. Di negara-negara maju teknologi informasi dinilai sangat penting karena mampu memberi nilai tambah dan dapat meningkatkan kualitas, efisiensi, efektivitas serta produktivitas kerja. Menyadari betapa strategisnya hal tersebut, Pemerintah melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2001 tentang Pengembangan dan Pendayagunaan Telematika (Telekomunikasi, Media, dan Informatika) di Indonesia, pada intinya mendorong jajaran pemerintahan,

³⁰ Ibid. Hal 277.

masyarakat dan dunia usaha untuk mulai mengembangkan dan mendayagunakan telematika sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan publik. Menurut Landsbergen Jr. Dan Wolken Jr. dalam Kasemin, dengan mengoptimalkan penggunaan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam mengelola pemerintahan daerah, sedikitnya terdapat tiga manfaat yang dapat dipetik:³¹

1. Keefektifan

Melalui pendekatan kebijakan terpadu dari lembaga/badan yang terkait, komunikasi antara lembaga, layanan masyarakat dan informasi sosial dapat dilakukan lebih efektif dengan tersedianya sistem yang integral.

2. Efisiensi

Penggunaan komputer dengan sistem jaringan dapat memudahkan adanya pertukaran data elektronik dengan cepat. Penyediaan informasi dan sistem kearsipan yang terintegrasi meningkatkan pula efisiensi pelayanan dan pencarian data yang digunakan untuk pengambilan keputusan dan pemberian layanan.

3. Ketanggapan

Dengan tersedianya akses yang lebih baik terhadap informasi dari masyarakat, memungkinkan pemerintah dapat mengambil tindakan yang lebih cepat dan tepat terhadap masalah yang ada dan timbul di masyarakat. Dengan pemberian tanggapan yang cepat berdasarkan informasi yang ada, maka pemerintah dapat melaksanakan manajemen publik dengan baik.

³¹ Kasemin, Kasiyanto. 2015. *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi: Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal 29-31.

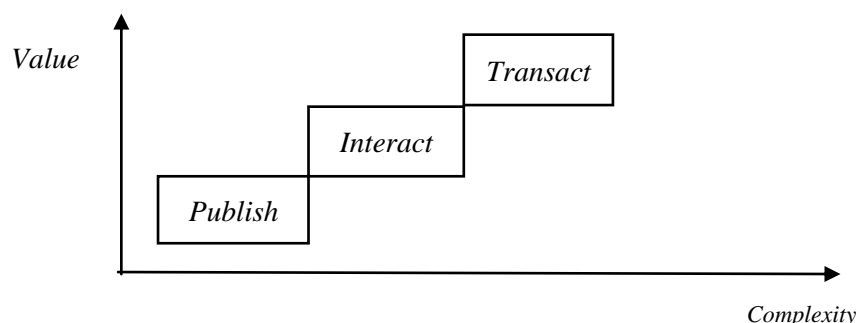
Menurut Kasemin, *e-Government*, secara umum didefinisikan sebagai suatu bentuk penerapan teknologi elektronik untuk berbagai kegiatan pemerintahan dalam cakupan internal dan eksternal (pelayanan umum) untuk pencapaian kinerja yang efektif, efisien, cepat, dan transparan. Adapun teknologi elektronik yang digunakan untuk keperluan ini adalah teknologi komputer dan komunikasi, yang dikenal dengan satu istilah teknologi informasi, maka secara singkat *e-Government* adalah penggunaan teknologi informasi yang dapat meningkatkan hubungan antara pemerintah dan pihak-pihak lain.

The World Bank Group dalam Indrajit mendefinisikan *e-government* sebagai berikut:³²

“Electronic government, or “e-government”, is the process of transacting business between the public and government through the use of automated systems and the Internet network, more commonly referred to as the World Wide Web.”

Indrajit menggambarkan tahapan pelayanan *website* pemerintah sebagai berikut:³³

Gambar 2.1
Tahap-Tahap Pelayanan dalam E-Government



Sumber: Indrajit, (2004:30).

³² Indrajit, Richardus Eko. 2004. *Electronic Government: Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: ANDI. Hal 2.

³³ Indrajit, Richardus Eko. Op. Cit Hal 30.

- a. *Publish*, sebuah komunikasi satu arah, dimana pemerintah mempublikasikan berbagai data dan informasi yang dimilikinya untuk dapat secara langsung dan bebas diakses oleh masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan melalui internet. Contoh aplikasinya melalui *website*, masyarakat dapat melihat dan *men-download* berbagai produk undang-undang maupun peraturan pemerintah lainnya.
- b. *Interact*, telah terjadi komunikasi dua arah antara pemerintah dengan mereka yang berkepentingan. Bentuk aplikasinya, *website* pemerintah memberikan fasilitas *searching* bagi mereka yang ingin mencari data atau informasi secara spesifik. Selain itu, juga disediakan kanal untuk dapat melakukan diskusi, (seperti *chatting*, *web-tv*, dan *tele-conference*).
- c. *Transact*, terjadi interaksi dua arah dan sebuah transaksi yang berhubungan dengan perpindahan uang dari satu pihak ke pihak lainnya. Misalnya melalui *e-procurement*, rangkaian proses tender proyek-proyek pemerintah yang dilakukan melalui internet.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *new media* dalam organisasi Pemerintah dengan memanfaatkan media *website* dalam menyebarkan informasi kepada publik, dikenal dengan *e-government*. *E-government* merupakan implementasi dari penggunaan teknologi elektronik dalam kegiatan-kegiatan Pemerintah dengan tujuan untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*).

2.1.2.4 Kualitas Website

Menurut Barnes & Vidgen, untuk mengetahui kualitas sebuah *website* secara keseluruhan, ada tiga dimensi yang harus diteliti, yaitu:³⁴

1. *Usability quality* atau kualitas kegunaan *website*, meneliti kegunaan *website* yang mencakup kemudahan untuk dipahami, dipelajari, dioperasikan serta kemudahan dalam sistem navigasi dan memberikan nilai positif bagi para pengunjung.
2. *Web information quality* atau kualitas informasi *website*, meneliti isi dari sebuah *website* yang berupa informasi yang akurat, bisa dipercaya, *up to date*, sesuai dengan topik bahasan, mudah dimengerti, informasi yang detail dan mendalam serta disajikan dengan format yang sesuai.
3. *Site design quality* atau kualitas desain *website*, meneliti kemampuan *website* memberikan tampilan yang menarik dan dengan fungsi yang maksimal.

World Wide Web atau WWW yang biasa disebut *web*, menurut Yuhefizar et al. Merupakan suatu metode untuk menampilkan informasi di internet yang berupa gambar, teks, video dan suara yang bersifat interaktif dan memiliki kelebihan untuk menghubungkan (*link*) satu dokumen dengan dokumen lainnya (*hypertext*) yang dapat diakses melalui sebuah *browser*. Sedangkan *website* adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan teks, suara, gambar diam dan atau gerak, animasi, dan atau gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis membentuk suatu rangkaian bangunan yang selalu terkait,

³⁴ Barnes and Vidgen. 2002. *An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality*, *Journal Of Electronic Commerce Research Vol 3*. Hal 115.

yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.³⁵

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *website* yang baik harus memiliki kualitas yang baik, baik itu dari tampilannya, isinya, maupun kemudahan aksesnya agar informasi yang disampaikan menarik pengunjung dan memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

2.1.3 Citra

Para praktisi *public relations* seringkali merasa bingung dan kaget oleh hubungan antara citra, identitas, dan reputasi korporasi, tetapi jelas bahwa akumulasi dari penelitian empiris tentang pembentukan citra korporasi bertujuan untuk menyusun literatur menyangkut identitas korporasi saat ini. Collins English tentang penggunaan bahasa Inggris memberikan definisi berikut: Citra - suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya. Identitas – keadaan yang memiliki karakteristik unik untuk mengidentifikasi atau karakteristik individual dimana seseorang atau sesuatu dilihat. Reputasi – reputasi buruk atau kemashuran, terutama bagi beberapa karakteristik khusus. Meskipun nama baik adalah estimasi publik atas seseorang atau sesuatu yang ditentukan, hal itu biasanya bersifat pasif.³⁶

³⁵ Purnomo R, Ario. 2013. *Pemanfaatan Website sebagai Media Kehumasan di Pemerintahan Daerah Kab Gunung Kidul*. Yogyakarta: UAJY. Hal 26.

³⁶ Oliver, Sandra.2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga. Hal 50-51.

Citra menurut Steinmetz, merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri sebuah organisasi atau perusahaan. Persepsi ini didasari atas pengetahuan masyarakat atau dugaan masyarakat terhadap sebuah perusahaan.³⁷ Citra menjadi cara orang-orang memberi penilaian terhadap orang lain atau organisasi atas penampilan mereka atau atas apa yang mereka lakukan. Persepsi merupakan proses penafsiran atau menduga dan menyimpulkan suatu objek, peristiwa atau hubungan sehingga diperoleh suatu pemahaman akan hal-hal tersebut.³⁸

Charles Osgood dalam Littlejohn (1996:140) yang dikutip dalam Suryanto, menyebutkan bahwa persepsi terkait dengan pemaknaan dan interpretasi yang merupakan sebuah proses pemberian arti dan pemahaman terhadap sesuatu. Osgood tertarik pada bagaimana pengertian itu dipelajari dan bagaimana pengertian itu berkaitan dengan pemikiran dan perilaku.³⁹

Menurut Frank Jefkins, citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam system kognisi manusia, atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Rhenald Kasali menjabarkan citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.⁴⁰

³⁷ Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka. Hal 1.

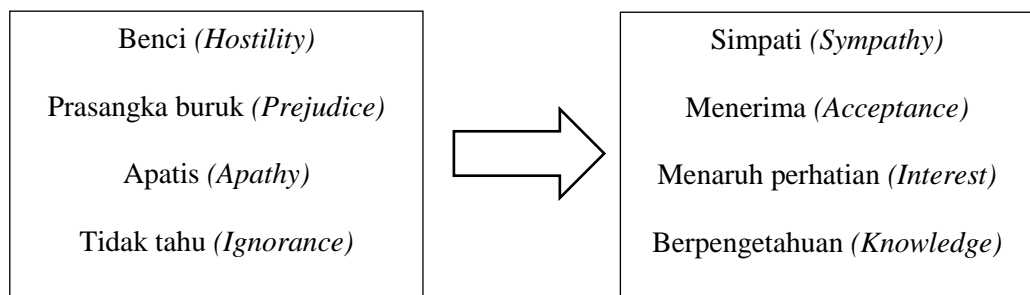
³⁸ Jalaludin Rakhmat. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 51.

³⁹ Suryanto. 2013. *Membangun Citra dengan Metode Public Relations*. Bandung: Arfino Raya Bandung. Hal 161.

⁴⁰ Elvinaro, Ardianto dkk. Op. Cit. Hal 99.

Menurut Kriyantono, citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral atau memusuhi.⁴¹

Gambar 2.2
Tujuan PR adalah Membangun Citra dengan Mengubah Sikap Publik



Sumber: Kriyantono, (2012:10).

Gambar 2.2 menjelaskan bahwa tujuan *public relations* adalah agar citra perusahaan positif di mata publiknya. Citra positif mengandung arti kredibilitas perusahaan di mata publik adalah baik (*credible*). Kredibilitas mencakup dua hal, yaitu:⁴²

⁴¹ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 9-10.

⁴² Ibid. Hal 10.

1. Kemampuan (*expertise*)

Persepsi publik bahwa perusahaan dirasa mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan, harapan, maupun kepentingan publik. Misalnya produk-produk yang dihasilkan murah, berkualitas, dan ramah lingkungan.

2. Kepercayaan (*trustworthy*)

Persepsi publik bahwa perusahaan dapat dipercaya untuk tetap komitmen menjaga kepentingan bersama. Perusahaan dipersepsi tidak semata-mata mengejar kepentingan bisnis (*profit oriented*), tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Bahkan perusahaan dituntut memerhatikan aspek-aspek sosial. Dalam hal ini *public relations* harus dapat meyakinkan publik-melalui program komunikasi-bahwa program-program perusahaan diarahkan mewujudkan investasi sosial (*social investment*), yaitu program-program yang ditujukan untuk mendukung kesejahteraan sosial.

Selanjutnya, Kriyantono menyebutkan bahwa *corporate image*, dibangun dari empat area, yaitu:⁴³

1. Produk/*service* (termasuk kualitas produk, *constumer care*).
2. *Social responsibility, corporate citizenship, ethical behaviour* dan *community affairs*.
3. *Environments* (kantor, *showrooms*, pabrik).
4. *Communications* (iklan, *public relations, personal communications*, brosur dan program-program identitas korporat).

⁴³ Kriyantono, Rachmat. Hal 14.

Berdasarkan empat hal di atas, dapat dilihat bahwa salah satu faktor penentu citra adalah komunikasi yang terjalin antara organisasi dengan publiknya. Komunikasi yang terjalin menimbulkan penilaian dan atau pendapat di antara para pelaku komunikasi. Dengan demikian, citra perusahaan di mata publik dapat dilihat dari pendapat atau pola pikir masyarakat secara keseluruhan pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Realitas bisa didapatkan dari media massa atau media-media lain yang berhubungan langsung dengan publik, yang bisa dianggap mewakili persepsi yang lebih besar atau massif, yakni seluruh masyarakat. Dengan begitu, terbentuknya sebuah citra perusahaan tidak terlepas dari persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media) dalam proses komunikasi yang terjalin antara organisasi dengan publiknya.⁴⁴

Jeffkins dalam Suryanto, mengemukakan beberapa jenis citra, sebagai berikut:⁴⁵

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan citra manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih ingat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang, atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

⁴⁴ Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi PR*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 13.

⁴⁵ Suryanto. Op. Cit. Hal 160.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa citra adalah kesan, persepsi, penilaian dari seseorang atau sejumlah orang terhadap fakta yang ada dari seseorang atau organisasi yang mempengaruhi baik atau buruknya seseorang atau organisasi tersebut.

2.1.3.1 Proses Pembentukan Citra

Menurut Danasaputra dalam Wasesa, citra adalah suatu kesan yang dapat diperoleh oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau kenyataan yang ada. Menciptakan citra yang positif terhadap lembaga yang dibawahinya merupakan tujuan utama bagi seorang humas. Citra merupakan suatu penilaian yang sifatnya abstrak yang hanya bisa dirasakan oleh lembaga dan pihak-pihak yang terkait.⁴⁶

Menurut Kotler (2000) dalam Assumpta (2002) yang dikutip oleh Suryanto, analisis citra (*image analysis*) sebagian besar menganalisis khalayak sasaran yang memerlukan penilaian (tanggapan) pelanggan tentang citra perusahaan (*corporate image*), citra produk (*product image*), pelayanan jasa (*costumer service*), penampilan pemberian pelayanan (*performance image*), dan para pesaingnya. Humas harus menyadari bahwa citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk (*performance*) fisik personal, institusi, publikasi, dan lainnya. Lebih dari itu, citra terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan institusi yang dipercayainya memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan dan perbaikan secara

⁴⁶ Wasesa, Silih Agung. Op. Cit. Hal 13.

berkesinambungan, dan selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi.

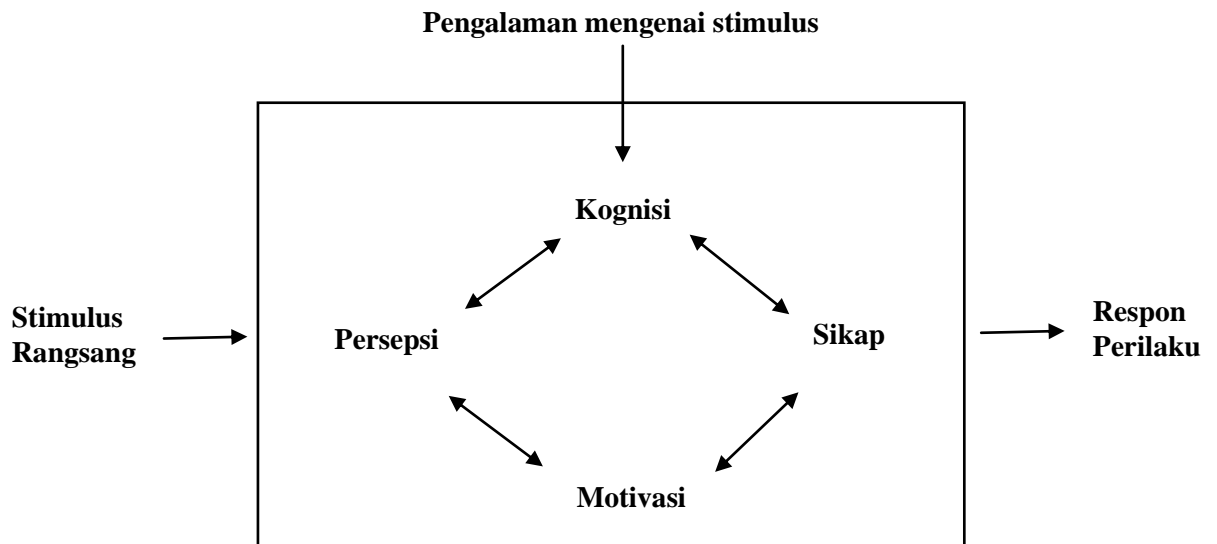
Menurut Danasaputra (1995) dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto, citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Selanjutnya Solomon dalam Rakhmat yang dikutip oleh Danasaputra dan kemudian dikutip oleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.⁴⁷

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno dalam Danasaputra yang dikutip oleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, sebagai berikut:⁴⁸

⁴⁷ Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto. Op. Ci. Hal 114.

⁴⁸ Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto. Op. Cit. Hal 114-115.

Gambar 2.3
Model Pembentukan Citra menurut John S.Nimpoeno



Sumber: Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, (2016:115).

Public Relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Berikut penjelasan pembentukan citra menurut Nimpoeno dalam Danasaputra yang dikutip oleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto:⁴⁹

“....proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental *representation* (citra) dari stimulus.”

⁴⁹ Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto.Op. Cit. Hal 115

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai "*picture in our head*" oleh Walter Lipman. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut.⁵⁰

Model pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar dapat mempengaruhi respon perilaku suatu individu. Model pembentukan citra di atas mempunyai empat komponen penting dalam citra, yaitu:⁵¹

1. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.

⁵⁰ Ibid. Hal 115-116.

⁵¹ Ibid. Hal 116.

Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

2. Kognisi

Kognisi adalah suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang.

3. Motivasi

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

4. Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

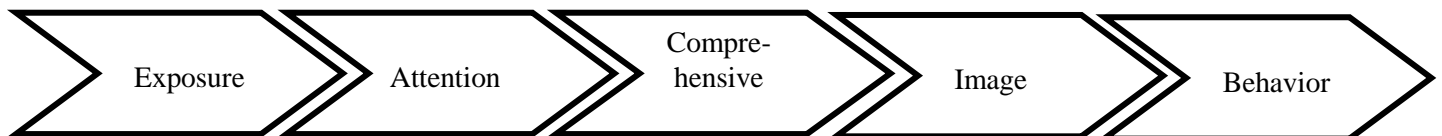
Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan. Sikap mengandung aspek

evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap dapat berpengaruh atau diubah. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

Menurut Hawkins et al, proses pembentukan citra melalui lima tahap, sebagai berikut:⁵²

1. *Exposure*, mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan.
2. *Attention*, memperhatikan upaya perusahaan tersebut.
3. *Comprehensive*, mencoba memahami semua upaya yang dilakukan perusahaan.
4. *Image*, terbentuknya citra perusahaan.
5. *Behavior*, citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan.

Gambar 2.4
Proses Terbentuknya Citra Perusahaan



Sumber: Hawkins et al (2000:55)

⁵² Hawkins, D. I et al. 2000. *Consumer Behavior: Building Market Strategy 8th Edition*. Boston: Mc Graw Hill. Hal 55.

Pentingnya penelitian citra menurut William V. Haney, yaitu:⁵³

1. Memprediksi tingkah laku publik sebagai reaksi terhadap tindakan perusahaan:
2. Mempermudah usaha kerja sama dengan publik:
3. Memelihara hubungan yang ada.

Menurut Jeffkins (2004) dalam Suryanto, terdapat beberapa hal yang dapat memengaruhi pembentukan citra, sebagai berikut.⁵⁴

1. Faktor utama pembentukan citra
 - a. Identitas fisik
 - (1) Visual: nama, *by line*, *tag line*, logo, teks (akronim) pilihan *font*, warna, sosok gedung, lobi kantor.
 - (2) Audio: *jingle*.
 - (3) Media komunikasi: *company profile*, brosur, *leaflet*, iklan, laporan tahunan, pemberitaan media, *media partner*.
 - b. Identitas nonfisik
 - (1) Sejarah, filosofi, kepercayaan, nilai-nilai, budaya/kultural lainnya.
 - (2) Manajemen organisasi: visi, misi, sistem, kebijakan, aturan, alur, prosedur, teknologi, SDM, strategi organisasi, *job design*, *reward system*, sistem pelayanan, *positioning product*.
 - c. Kualitas hasil, mutu produk, dan pelayanan.
 - d. Aktivitas dan pola hubungan.

⁵³ Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto. Op. Cit. Hal 114-117.

⁵⁴ Suryanto. Op. Cit. Hal 162.

2. Faktor lain pembentuk citra
 - a. Faktor lain karena nama besar;
 - b. Faktor *image* yang tertanam secara turun-temurun;
 - c. Faktor *image* yang dibangun karena promosi;
 - d. Faktor *image* yang dibangun karena faktor eksklusif.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa citra dibentuk oleh sebuah proses, dimana dalam prosesnya dipengaruhi oleh beberapa komponen atau faktor.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

- a. Penelitian oleh Nurhadiami Gusni tahun 2016 yang berjudul *New Media dalam Proses Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pengelolaan www.tribratanewsjogja.com)*. Kesimpulan penelitian ini adalah pengelolaan *new media* oleh Bidang Humas Polda DIY dalam membentuk citra Polda DIY sudah sedikit banyak sesuai antara teori dengan praktek di lapangan, meskipun masih perlu banyak perbaikan karena masyarakat yang mengunjungi atau mengakses *website* tersebut masih merasa banyak kekurangan dalam pengelolaan *website* yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY.⁵⁵

⁵⁵ Gusni, Nurhadiami. 2016. *New Media dalam Proses Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pengelolaan www.tribratanewsjogja.com)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- b. Penelitian oleh Puji Indarwati tahun 2012 yang berjudul *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra (Studi Kualitatif Kegiatan *Cyber PR* Melalui *Website* Rumah Sakit Islam Klaten Tahun 2011). Hasil penelitian menunjukkan kegiatan *cyber* Humas RS Islam Klaten dalam meningkatkan citra positif dilaksanakan dengan beberapa kegiatan CSR yang dipublikasikan melalui situs web dan beberapa media cetak. Namun, kegiatan Humas melalui situs web sedikit diketahui oleh pelanggan RS Islam Klaten, karena tidak ada sosialisasi dari Humas tentang keberadaan situs web tersebut.⁵⁶
- c. Penelitian oleh Sausan Saidah Salam tahun 2016 yang berjudul Pengaruh Kualitas *Website* (tangerangkab.go.id) Terhadap Citra Pemerintah Kabupaten Tangerang. Hasil penelitian, kualitas website memiliki nilai presentase sebesar 78,04%, menunjukkan bahwa *website* Pemerintah Kabupaten Tangerang sudah memberikan informasi yang baik. Citra memiliki nilai presentase sebesar 77,5%, menunjukkan bahwa citra dari Pemerintah Kabupaten Tangerang dinilai sudah baik dimata publik. Hasil dari koefisien determinasi besarnya presentase pengaruh kualitas website adalah sebesar 28,3% terhadap citra sedangkan sisanya 71,7% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.⁵⁷
- d. Penelitian oleh Yanita Andini Assayyida tahun 2016 yang berjudul Penggunaan *Website* takalarkab.go.id sebagai Media Informasi Publik dalam Mendukung *E-Government* di Kabupaten Takalar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi website takalarkab.go.id sebagai media informasi

⁵⁶ Indarwati, Puji. 2012. *Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra (Studi Kualitatif Kegiatan Cyber PR melalui Website Rumah Sakit Islam Klaten Tahun 2011)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

⁵⁷ Salam, Sausan Saidah. 2016. *Pengaruh Kualitas Website (tangerangkab.go.id) terhadap Citra Pemerintah Kabupaten Tangerang*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

publik telah memenuhi sembilan indikator Standar Layanan Informasi, namun masih perlu peningkatan pengadaan informasi dalam hal kuantitas mengingat ada beberapa berita yang telah memenuhi indikator Standar Layanan Informasi namun jumlahnya masih tergolong rendah.⁵⁸

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Salah satu upaya untuk meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi media baru, yaitu melalui *website* dispورا.bantenprov.go.id. *Website* merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kepemudaan dan Olahraga untuk mempublikasikan informasi-informasi terkait kegiatan Kepemudaan dan Olahraga di Provinsi Banten. Informasi tersebut dapat berupa promosi bagi bidang Kepemudaan, bidang Prestasi maupun bidang Keolahragaan di Provinsi Banten. *Website* dispورا.bantenprov.go.id secara khusus dapat meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, dan secara umum dapat meningkatkan citra Provinsi Banten dalam bidang Kepemudaan dan Olahraga.

Permasalahan yang terjadi di lapangan merupakan input dalam penelitian ini, antara lain: (1) Pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id belum optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten; (2) Pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id yang belum optimal tersebut dikarenakan terdapat beberapa faktor yang menghambat dan menjadi masalah

⁵⁸ Assayyida, Yanita Andini. 2016. *Penggunaan Website takalarkab.go.id sebagai Media Informasi Publik dalam Mendukung E-Government di Kabupaten Takalar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.

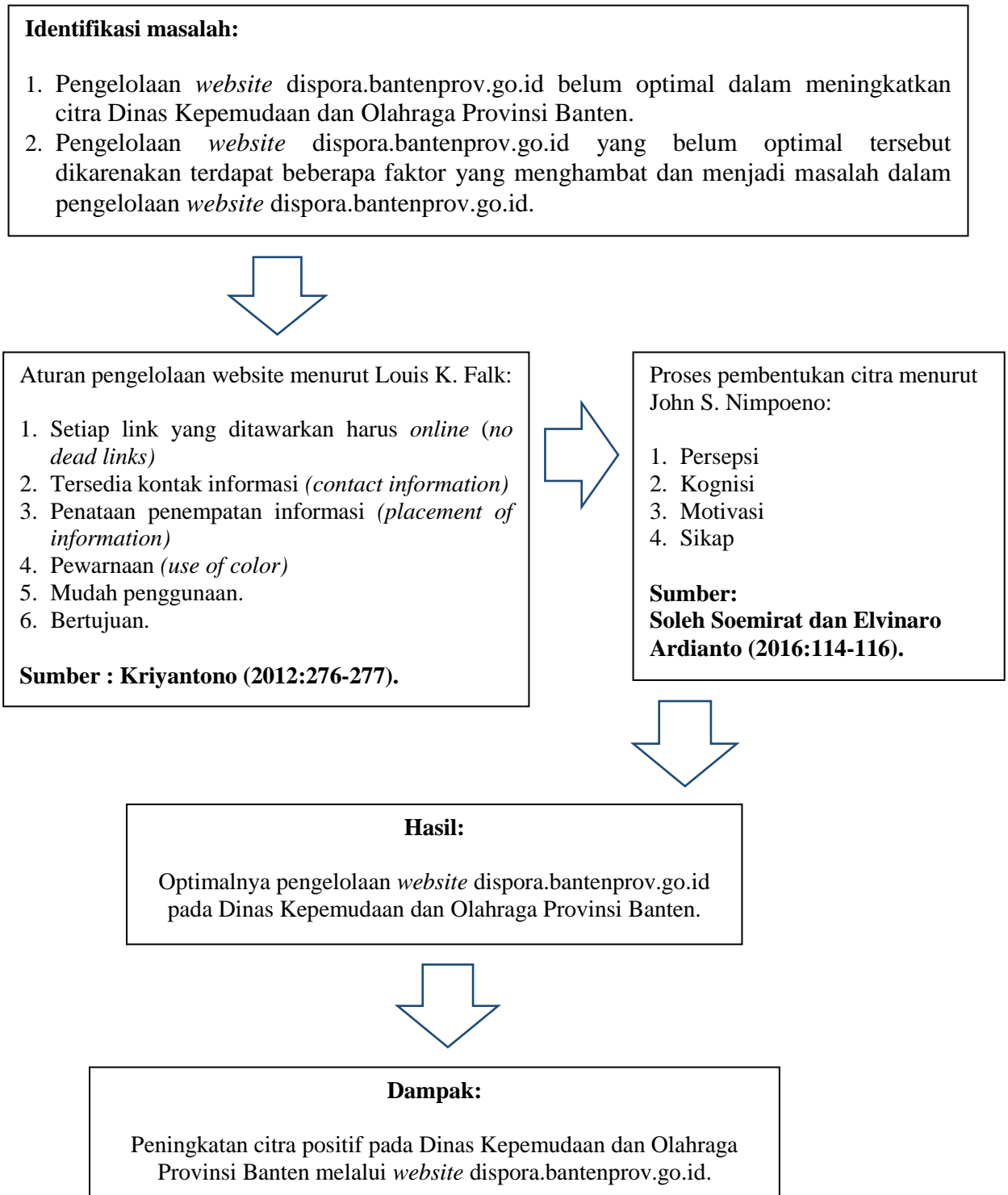
dalam pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id.

Penelitian mengenai Pengelolaan *Website* dispora.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga, peneliti menggunakan teori pengelolaan *website* dari Louis K. Falk dalam Kriyantono (2012:276-277), sebagai berikut: (1) Setiap link yang ditawarkan harus *online (no dead links)*; (2) Tersedia kontak informasi (*contact information*); (3) Penataan penempatan informasi (*placement of information*); (4) Pewarnaan (*use of color*); (5) Mudah penggunaan; (6) Bertujuan.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori pembentukan citra dari John S. Nimpoeno dalam Soemirat dan Elvinaro (2016:114-116), sebagai berikut: (1) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan; (2) Kognisi, adalah suatu keyakinan diri suatu individu terhadap stimulus; (3) Motivasi, adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu tersebut untuk melakukan suatu aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan; (4) Sikap, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

Selanjutnya, permasalahan dianalisis dengan kedua teori tersebut, dan hasilnya adalah optimalnya pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id. Dengan optimalnya pengelolaan *website* tersebut, berdampak pada peningkatan citra positif pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Gambar 2.5
Kerangka Peimikiran Penelitian



Sumber: Peneliti, 2018.

2.4 Asumsi Dasar Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id belum optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah sistematis.⁶⁴ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Jadi penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.⁶⁵ Tujuan penelitian deskriptif menurut Jalaludin Rakhmat adalah:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada;
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku;
3. Membuat perbandingan atau evaluasi;
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.⁶⁶

⁶⁴ Usman, Husaini., Purnomo Setiady A. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 42.

⁶⁵ Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 24.

⁶⁶ Rakhmat, Jalaludin. Op. Cit. Hal 25.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini mengarah kepada latar dan individu tersebut secara utuh. Jadi, tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.⁶⁷

Menurut Irawan, jadi sebenarnya makna penelitian kualitatif itu tidak terbatas pada urusan data, objek kajian, atau bahkan prosedur penelitian. Makna penelitian kualitatif sungguh tidak mudah didefinisikan, tetapi bisa dipahami ciri-ciri khasnya. Satu ciri khasnya yang sangat penting adalah makna “kebenaran” menurut penelitian kualitatif. Kebenaran menurut penelitian kualitatif adalah kebenaran “intersubjektif”, bukan kebenaran “objektif”. Kebenaran intersubjektif adalah kebenaran yang dibangun dari jalinan berbagai faktor yang bekerja bersama-sama, seperti budaya dan sifat-sifat unik dari individu-individu manusia.⁶⁸

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana pembentukan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten melalui *website* www.dispora.bantenprov.go.id. Hal ini sejalan dengan tujuan dari pendekatan kualitatif dimana peneliti kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku,

⁶⁷ Moleong, Lexy J. 2006. *Edisi Revisi: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 4.

⁶⁸ Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Depok: Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI. Hal 4-5.

persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif. Kesamaan tujuan ini menunjukkan bahwa pendekatan terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

3.2 Informan Penelitian

Menurut Irawan, penelitian kualitatif biasanya tidak menggunakan populasi-sampel dengan pengertian yang dipahami di penelitian kuantitatif. Kebanyakan penelitian kualitatif adalah penelitian non-populasi (*non-population research*). Sampelnya pun bersifat purposif. Jadi, tidak perlu dipikirkan apakah dalam sampel perlu digeneralisasikan ke dalam populasi.⁶⁹

Dalam penelitian ini, penentuan informan menggunakan sampel nonprobabilitas, yaitu teknik *purposive* (bertujuan). Menurut Sugiyono, teknik *purposive* adalah teknik penentuan informan berdasarkan pada pertimbangan tertentu.⁷⁰ Dalam penelitian kualitatif, informan terpenting adalah informan kunci (*key informan*) yang mengetahui secara mendalam terkait dengan penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan informan yang mengetahui informasi terkait pembentukan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten melalui *website* www.dispora.bantenprov.go.id. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Kepala Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten; Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan

⁶⁹ Irawan, Prasetya. Op. Cit. Hal 63.

⁷⁰ Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R & D*. Bandung: Alfabeta. Hal 96.

Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai pengelola *website* dispora.bantenprov.go.id; Organisasi Kepemudaan di Provinsi Banten, Atlet Provinsi Banten; dan Dosen sebagai pengamat.

3.3 Instrumen Penelitian

Arikunto dalam Zuriyah mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.⁷¹ Penelitian kualitatif disebut *Participant-Observation* karena peneliti itu sendiri yang harus menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data dengan cara mengobservasi langsung objek yang ditelitinya.⁷² Dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Menurut Irawan, satu-satunya instrumen terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti mungkin menggunakan alat-alat bantu untuk mengumpulkan data seperti *tape recorder*, video kaset, atau kamera. Tetapi alat-alat ini benar-benar tergantung pada peneliti untuk menggunakannya⁷³.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer data utama yang diperoleh langsung dari sumber pertama oleh peneliti melalui wawancara dan observasi. Sedangkan, data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh peneliti untuk mendukung dan melengkapi data primer. Adapun, alat bantu yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data adalah *handphone* dan buku catatan.

⁷¹ Zuriyah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 168.

⁷² Irawan, Prasetya. Op. Cit. Hal 4.

⁷³ Ibid. Hal 15.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik observasi dan teknik wawancara mendalam. Teknik-teknik untuk pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Dalam teknik observasi ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang keadaan atau berbagai kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian. Alasan menggunakan teknik observasi, yaitu:

- a) Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian, tentunya yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian.
- b) Data yang dikumpulkan dapat diamati dengan jelas dan rinci mengenai penelitian tersebut.

Melalui teknik ini peneliti akan mengamati cara kerja Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dalam menyebarkan berita yang telah ditayangkan melalui media *website* dispora.bantenprov.go.id sehingga terbentuk citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Selain itu, pengamatan dilakukan untuk mengetahui pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id.

2. Teknik Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam sesuai dengan objek penelitian. Wawancara ini dilakukan dengan berulang-ulang secara intensif. Dengan melakukan teknik wawancara, peneliti akan melakukan interaksi dengan subjek penelitian agar peneliti dapat menafsirkan berbagai jawaban yang telah ditanyakan melalui wawancara tersebut. Karakteristik dari wawancara mendalam ini, yaitu:

- a) Subjek yang sedikit.
- b) Menyediakan latar belakang secara detail mengenai alasan informan memberikan jawaban tertentu.
- c) Memerhatikan bukan hanya jawaban verbal informan, tetapi juga observasi yang panjang.
- d) Dilakukan dalam waktu yang lama dan berulang kali.
- e) Memungkinkan memberikan pertanyaan yang berbeda antar tiap informan.
- f) Dipengaruhi oleh iklim wawancara.⁷⁴

Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat memahami apa yang dimaksudkan baik dari komunikator maupun komunikan secara langsung tatap muka dan dapat mengetahui hal-hal implisit yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara mendalam akan dilakukan kepada para informan yang terlibat langsung dalam pembentukan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten melalui *website* dispora.bantenprov.go.id.

⁷⁴ Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal 102.

3. Studi Dokumentasi

Menurut Guba dan Lincoln (1981: 228), dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record* yang merupakan setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa jika ada permintaan. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.⁷⁵

Dokumen bisa berbentuk dokumen resmi atau dokumen pribadi. Dokumen resmi, misalnya memo instruksi, laporan rapat, keputusan pemimpinan, majalah, buletin, dan yang sudah disiarkan di media. Dokumen pribadi, misalnya otobiografi, surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, dan lainnya.

Peneliti akan menggunakan teknik telusur atau studi dokumentasi untuk melihat perkembangan yang terjadi dalam tim pengelola *website*, mulai dari dibentuknya divisi tersebut hingga saat ini. Selain itu, telusur dokumen juga akan dilakukan terhadap *website* Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

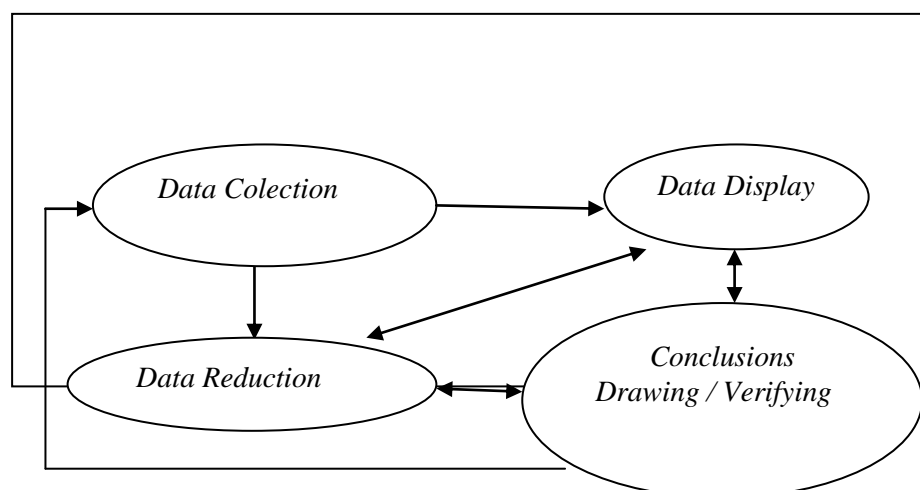
⁷⁵ Moleong, Lexy J.Op. Cit. Hal 216-217.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dimaksudkan untuk menganalisis data hasil catatan lapangan, atau dari sumber informasi yang telah diperoleh. Setelah data terkumpul maka dilakukan pengaturan, mengurutkan, mengelompokkan dan mengkategorikannya, sehingga dapat dijadikan suatu tuntunan mengenai penelitian. Menurut Miles dan Huberman, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas, dan datanya sampai jenuh.⁷⁶

Peneliti menggunakan analisis data model alur Miles dan Huberman, dimana dalam proses pengumpulan data dilakukan tiga aktivitas penting. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusions drawing/verification*, yang dapat digambarkan sebagai berikut:⁷⁷

Gambar 3.1
Komponen dalam Analisis Data



Sumber: Miles dan Huberman (2009:20).

⁷⁶ Miles, Matthew., Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru)*. Jakarta: UI Press. Hal 15.

⁷⁷ Miles, Matthew., Michael Huberman. Op. Cit. Hal 20.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu dicatat secara rinci dan teliti. Kemudian segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya kembali bila diperlukan. Reduksi data ini membantu untuk memberikan kode-kode pada aspek tertentu.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. penyajian data yang paling sering dilakukan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif tetapi ada beberapa bentuk penyajian data dengan menggunakan grafik, matriks, jaringan, dan bagan. Pada Penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif. Mendisplaykan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*conclusions drawing/verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menyimpulkan dari temuan-temuan penelitian untuk dijadikan suatu kesimpulan penelitian. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Tetap apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Oleh karena itu kesimpulan harus di verifikasi selama penelitian berlangsung.

Setelah tahapan analisis data dilakukan, perlu diperhatikan juga keabsahan data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini uji keabsahan data (validitas) dengan menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁷⁸ Dalam penelitian ini, jawaban tiap subjek harus di *cross-check* dengan sumber lainnya atau dengan dokumen yang ada. Menurut Dwidjowinoto ada beberapa macam teknik Triangulasi, yaitu:⁷⁹

⁷⁸ Moleong, Lexy J. Op. Cit. Hal 23

⁷⁹ Kriyantono, Rachmat. Op. Cit. Hal 110.

1. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.
2. Triangulasi waktu, yaitu berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu.
3. Triangulasi teori, yaitu memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu.
4. Triangulasi periset, yaitu menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara.
5. Triangulasi metode, yaitu usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset.

Dari kelima triangulasi tersebut, triangulasi sumber akan digunakan oleh peneliti. Melalui teknik ini, peneliti akan membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara terhadap beberapa informan yang telah ditentukan, kemudian membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara personal kepada peneliti. Selain itu dengan membandingkan apa yang dikatakan oleh para informan dengan kenyataan (realitas) yang ada. Dapat juga membandingkan keadaan dan perspektif strategi tersebut dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain di luar objek penelitian. Terakhir yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian akan disesuaikan dengan kondisi peneliti, sehingga diharapkan pada kegiatan penelitian ini tidak akan mengganggu terhadap kegiatan utama peneliti maupun kegiatan informan.

Lokus penelitian adalah pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten yang berlokasi di Jl. Syech Nawawi Al-Bantani Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) Gd. SKPD Terpadu Lt. 3. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Desember 2017 dan kontinu hingga data yang diinginkan terpenuhi, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Desember 2017- Juli 2018																															
		Des'17				Jan'18				Feb'18				Mar'18				Apr'18				Mei'18				Juni'18				Juli'18			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal	■	■	■	■																												
2	Pengajuan judul			■	■																												
3	Perizinan dan observasi									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
4	Pengumpulan data									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Bimbingan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
6	Penyusunan proposal													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
7	Sidang Outline																									■							
8	Sidang Komprehensif																													■			
9	Revisi Proposal																													■	■		
10	Wawancara																															■	
11	Analisis data																																■
12	Sidang skripsi																																■
13	Revisi skripsi																																■

Sumber: Peneliti, 2018.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi

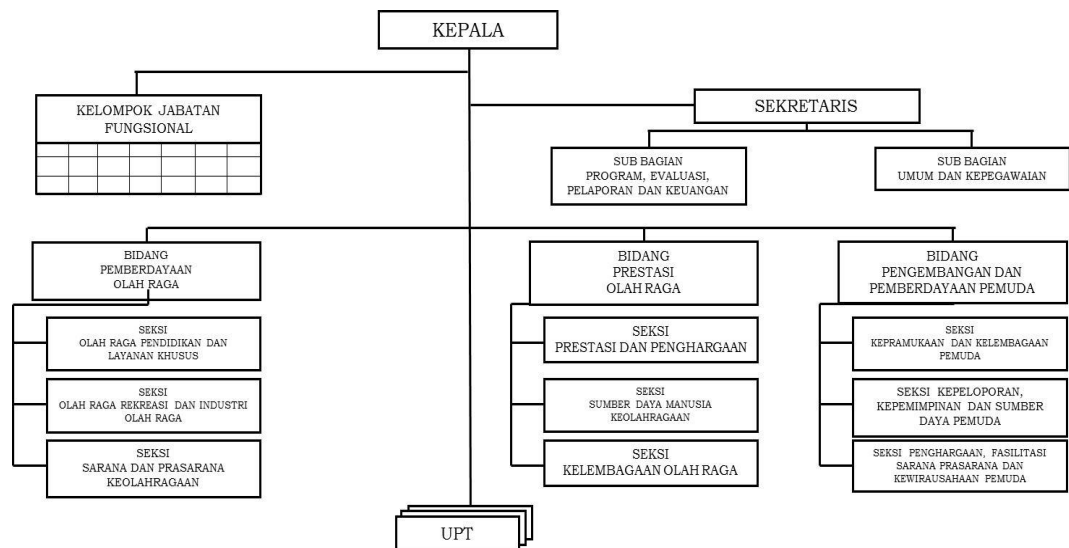
Banten

Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai salah satu perangkat daerah dalam peningkatan prestasi olahraga dan potensi pemuda yang mempunyai tugas dan fungsi sebagai katalisator dan dinamisator pelaksana pembangunan khususnya di bidang Kepemudaan dan Keolahragaan harus dapat menciptakan iklim masyarakat yang mampu memberdayakan dirinya sendiri untuk ikut serta berpartisipasi dalam pelaksanaan pembangunan bidang Pemuda dan olahraga. Sehingga diharapkan dalam pelaksanaan pembangunan dapat berhasil guna dan berdaya guna dengan keterlibatan semua komponen masyarakat.

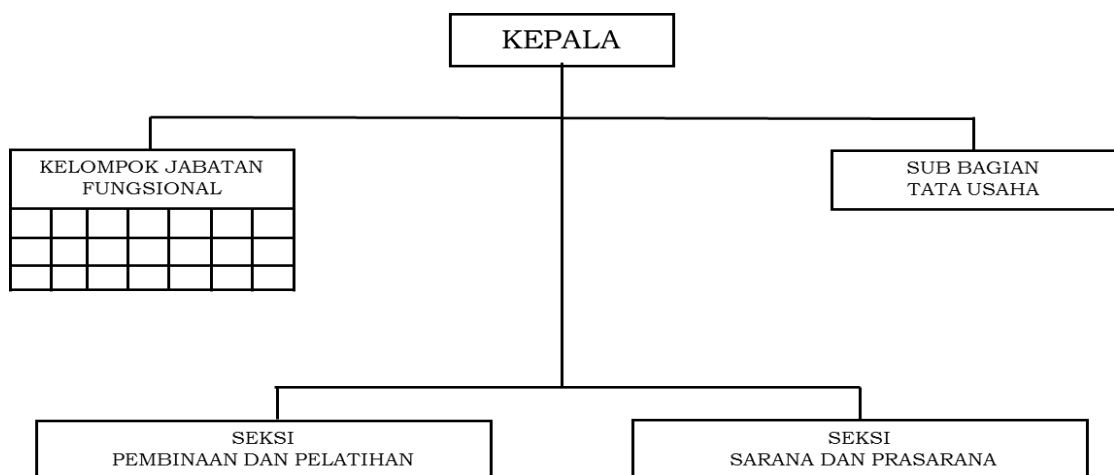
Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten terbentuk atas dasar Peraturan Daerah Provinsi Banten Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten merupakan salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Provinsi Banten yang memiliki otoritas pada urusan kepemudaan dan keolahragaan.

Peran Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten diarahkan untuk mendukung pencapaian visi dan misi daerah Provinsi Banten pada urusan

pemuda dan olahraga. Seiring dengan upaya tersebut dan berpijak pada kedudukan, tugas pokok dan fungsinya serta isu strategis yang dihadapi dalam urusan kepemudaan dan keolahragaan.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten



Gambar 4.2
Struktur Organisasi UPT Balai Pembinaan dan Pelatihan Olahraga

Dukungan ketersediaan sumberdaya manusia yang berkualitas, professional, berpengetahuan serta memiliki pengalaman dalam mengelola suatu organisasi atau lembaga agar dapat berjalan secara optimal merupakan hal yang sangat diperlukan.

Keberhasilan pencapaian kinerja organisasi akan sangat ditentukan oleh kinerja sumberdaya manusia yang ada dalam menjalankan tugas dan fungsinya masing-masing.

Sebagai salah satu perangkat kerja Pemerintah Provinsi Banten, Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten didukung oleh sejumlah personil atau pegawai yang mengemban tugas dan fungsi sebagaimana tertuang dalam Perda No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Banten.

Sampai dengan tahun 2017, jumlah Pegawai Negeri Sipil 58 orang dengan dukungan non pegawai negeri sipil tenaga Pramubakti, Administrasi dan Satuan Pengaman sebanyak 51 orang. Berdasarkan komposisi dan jumlah Personil Lingkup Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Provinsi Banten tahun 2017, tergambar sebagai berikut:

Tabel 4.1
Komposisi dan Jumlah Personil Dispora Provinsi Banten

NO.	URAIAN	JUMLAH
1	Pegawai Negeri Sipil	58
2	Petugas Administrasi	28
3	Pengemudi	5
3	Pramubakti	8
4	Satuan Pengamanan	10
JUMLAH		109

Sumber : Profil OPD Dispora Provinsi Banten, 2017

Komposisi jabatan Pegawai berdasarkan Golongan Ruang Lingkup Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Provinsi Banten, sampai dengan tahun 2017 terdata sebagai berikut:

Tabel 4.2
Komposisi Pegawai berdasarkan Pangkat dan Golongan Dispora Provinsi Banten

No.	JABATAN	GOLONGAN				JUMLAH
		I	II	III	IV	
1	Kepala Dinas	-	-	-	1	1
2	Sekretaris	-	-	-	1	1
3	Kepala Bidang	-	-	-	3	3
4	Kepala Seksi/Subbag	-	-	5	6	11
5	Staf / Pelaksana	-	15	27	-	42
JUMLAH		-	15	32	11	58
% terhadap Jumlah Pegawai		-	25.00	62.50	12.50	

Sumber : Profil OPD Dispora Provinsi Banten, 2017

Komposisi Personil berdasarkan jabatan dan kualifikasi pendidikan Lingkup Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sampai dengan tahun 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Komposisi Pegawai berdasarkan Kualifikasi Pendidikan Dispora Provinsi Banten

NO.	JABATAN	KUALIFIKASI PENDIDIKAN						JUMLAH
		S3	S2	S1	D3	D2	SLTA	
1	Kepala Dinas	-	1	-	-	-	-	1
2	Sekretaris	-	1	-	-	-	-	1
3	Kepala Bidang	-	4	-	-	-	-	4
4	Kepala Seksi/Subbag	-	11	-	-	-	-	11
5	Staf / Pelaksana	-	3	28	5	-	15	41
6	Pramubakti	-	-	-	-	-	-	17
TOTAL		-	20	28	5	-	15	58
% terhadap Jumlah Pegawai		1,0	16,7	37,5	15,6	1,0	28,1	

Sumber : Profil OPD Dispora Provinsi Banten, 2017

Kinerja pelayanan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten merupakan kinerja pelayanan sebelumnya, yang ditetapkan secara umum dan akan berdasarkan kewenangan yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yaitu bahwa Dinas Kepemudaan Dan Olahraga Provinsi Banten mempunyai tugas pokok melaksanakan tugas pembantuan di Bidang Kepemudaan dan Keolahragan. Sedangkan, fungsinya merencanakan dan merumuskan kebijakan teknis dibidang pemuda dan olahraga, Pembinaan dan penyelenggaraan serta koordinasi bidang prestasi olahraga, koordinasi bidang pemberdayaan olahraga, koordinasi bidang pengembangan dan pemberdayaan pemuda dan administrasi ketatausahaan, Pembinaan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Dinas lingkup Dinas Kepemudaan dan olahraga.

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Operasionalisasi Konsep

Deskripsi data merupakan penjelasan mengenai data yang telah didapatkan dari hasil penelitian lapangan. Penelitian mengenai Pengelolaan *Website* dispora.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, peneliti menggunakan teori pengelolaan *website* dari Louis K. Falk dalam Kriyantono (2012:276-277), sebagai berikut: (1) Setiap link yang ditawarkan harus *online (no dead links)*; (2) Tersedia kontak informasi (*contact information*); (3) Penataan penempatan informasi (*placement of information*); (4) Pewarnaan (*use of color*); (5) Mudah penggunaan; (6) Bertujuan.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori pembentukan citra dari John S. Nimpoeno dalam Soemirat dan Elvinaro (2016:114-116), sebagai berikut: (1) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan; (2) Kognisi, adalah suatu keyakinan diri suatu individu terhadap stimulus; (3) Motivasi, adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu tersebut untuk melakukan suatu aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan; (4) Sikap, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian kualitatif, sehingga data yang diperoleh bersifat deskriptif berbentuk kata dan kalimat dari hasil wawancara, hasil observasi lapangan

dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data model alur Miles dan Huberman, dimana dalam proses pengumpulan data dilakukan tiga aktivitas penting. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display, dan conclusions drawing/verification*.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah mereduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan reduksi data, peneliti memberikan kode pada aspek tertentu, yaitu:

1. Kode Q_{1,2,3} dan seterusnya menandakan daftar urutan pertanyaan.
2. Kode I_{1,2,3} dan seterusnya menandakan daftar urutan informan.

Langkah kedua adalah melakukan penyajian data (*data display*) dengan menyajikan data dalam bentuk uraian singkat atau teks naratif. Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan (*conclusions drawing/verification*) setelah data bersifat jenuh.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis data terhadap Pengelolaan *Website* dispora.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga. Analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan beberapa kategori dengan beberapa indikator yang dianggap sesuai dengan masalah penelitian dan kerangka teori yang telah diuraikan sebelumnya. Kategori-kategori tersebut mengacu pada teori pengelolaan *website* dari Louis K. Falk dalam Kriyantono (2012:276-277) dan menggunakan teori pembentukan citra dari John S. Nimpoeno dalam Soemirat dan Elvinaro (2016:114-116).

4.2.2 Daftar Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan informan yang mengetahui informasi terkait pembentukan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten melalui *website* dispورا.bantenprov.go.id. Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 8 (delapan) orang, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4
Daftar Informan Penelitian

No.	Kode Informan (I)	Pembagian Kode Masing-masing Informan	Status Informan (SI)
1	I ₁	Ai Dewi Suzana, SE., M.Si	Sekretaris Dispورا Provinsi Banten
2	I ₂	Nanang Sutisna, S.Pd., M.Si	Kepala Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispورا Provinsi Banten
3	I ₃	Agus Sanjaya, S.Sos (I _{3,1})	Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispورا Provinsi Banten sebagai pengelola <i>website</i>
		Eka Anggara, S.H (I _{3,2})	
		Aditiya Rizkillah, S.Kom (I _{3,3})	
4	I ₄	Wisnu Wardhana	Organisasi Kepemudaan
5	I ₅	Dr. Aries	Dosen Ilmu Komunikasi
6	I ₆	Alya Khanza	Atlet PPLP Provinsi Banten

Sumber:

Peneliti,

2018

4.3 Pembahasan

Pembahasan merupakan isi dari hasil analisis data fakta yang peneliti dapatkan di lapangan serta disesuaikan dengan teori yang peneliti gunakan. Peneliti dalam penelitiannya ini menggunakan teori pengelolaan *website* dari Louis K. Falk dalam Kriyantono (2012:276-277), sebagai berikut: (1) Setiap link yang ditawarkan harus *online (no dead links)*; (2) Tersedia kontak informasi (*contact information*); (3) Penataan penempatan informasi (*placement of information*); (4) Pewarnaan (*use of color*); (5) Mudah penggunaan; (6) Bertujuan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori pembentukan citra dari John S. Nimpoeno dalam Soemirat dan Elvinaro (2016:114-116), sebagai berikut: (1) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan; (2) Kognisi, adalah suatu keyakinan diri suatu individu terhadap stimulus; (3) Motivasi, adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu tersebut untuk melakukan suatu aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan; (4) Sikap, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

Adapun pembahasan yang dapat peneliti paparkan adalah sebagai berikut:

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

Setiap *link* harus aktif. Jangan sampai saat diklik ternyata tidak aktif. Ini jelas mengecewakan pengguna. Kalau terjadi berulang kali akan menjatuhkan kepercayaan publik. Ini seperti sebuah artikel surat kabar yang seharusnya bersambung ke halaman lain, tetapi saat dicari tidak ditemukan.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada inidikator setiap link yang ditawarkan harus *online* (*no dead links*):

Tabel 4.5
Triangulasi Pertanyaan ke-1

I Q	Apakah anda mengetahui website dispورا.bantenprov.go.id dan Apakah anda pernah mengunjungi/mengakses website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	“ <i>Mengunjungi pernah. Tahu.</i> ” “ <i>Sering.</i> ”
I ₅	“ <i>Sudah, sudah pernah mengunjungi.</i> ”
I ₆	“ <i>Pernah mengunjungi website Dispورا untuk mengakses data-data atlet di PPLP ini.</i> ”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa informan sudah mengetahui adanya *website* dispورا.bantenprov.go.id sebagai *website* dari Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Selain itu, informan juga pernah dan bahkan sering mengakses *website* tersebut sesuai dengan kepentingan masing-masing pengunjung.

Tabel 4.6
Triangulasi Pertanyaan ke-2

I Q	Sosial media apa saja yang dimiliki oleh Dispora selain website? Apakah semua sosial media itu aktif? Apakah semua sosial media itu terhubung (<i>link</i>) di website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<p>“Memang banyak sekali yah medsos sekarang, kita ada facebook ada whatsapp tapi sekarang kita lebih ke WA karena kita dari pimpinan sampai staf bisa menyeluruh tapi itu untuk internal yah.”</p>
I _{3.1}	<p>“Selain website, kita punya media sosial yang biasa digunakan oleh pemuda pemudi yaitu facebook yang baru aktif sebenarnya di tahun 2018, kita coba di website dan di facebook supaya informasi muncul di beberapa media elektronik.”</p> <p>“Nge link, jadi kalau mau ngebuka facebook bisa ngambil dari website.”</p> <p>“Selama datanya ada, jaringannya bagus ga da masalah.”</p>
I _{3.2}	<p>“Kita ada media informasi selain website kita ada link ke facebook.”</p> <p>“Ada, kita ada website dari Provinsi Banten yang di buat khusus oleh Pemprov Banten seperti Sirup, Portal Banten, PPID dan lain sebagainya.”</p>
I _{3.3}	<p>“Kita ada facebook: https://web.facebook.com/Disporabanten bisa di akses, di facebook itu juga merangkum kegiatan-kegiatan Dispora, tapi bisa di akui juga sosial media ini belum terlalu aktif, kita fokusnya ke website. Kalau instagram saat ini belum, tapi rencana sampe ke situ juga. Iya facebook terhubung, kan ada link tinggal klik otomatis langsung terhubung.”</p> <p>“Kita ada portal banten, Kemenpora, kita juga ada PPID, karena transparansi kita ada SIRUP jadi untuk mengetahui pengadaan-pengadaan Dispora ga perlu dateng kesini tinggal klik aja. Bisa diakses otomatis.”</p>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.6, selain *website* dispora.bantenprov.go.id, Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten memiliki media sosial lain sebagai media informasi, yaitu *facebook* yang dapat diakses di <https://web.facebook.com/Disporabanten> dimana berisi kegiatan-kegiatan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Akan tetapi, media sosial *facebook* yang dimiliki Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten belum terlalu aktif karena lebih fokus ke *website* dispora.bantenprov.go.id. Melalui *website* dispora.bantenprov.go.id, *facebook* dapat langsung diakses karena terdapat *link* yang terhubung di *website*. Adapun untuk media sosial *instagram*, masih dalam perencanaan. Selain *facebook*, terdapat *website* dari Provinsi Banten seperti SIRUP, Portal Banten, PPID dan lain sebagainya untuk mendukung pemerintahan yang transparansi.

Tabel 4.7
Triangulasi Pertanyaan ke-3

I Q	Selain melalui laptop, apakah <i>website</i> bisa di akses melalui handphone?
I ₂	"Iyah bisa kok bisa."
I _{3.1}	"Selama jaringannya ada, bisa."
I _{3.2}	"Kan di handphone itu ada yang namanya tampilan menu android, malah semakin simpel, tapi hp-nya yang android yah kalau yang hp jadul malah ga bisa di akses."
I _{3.3}	"Saya pernah, bisa yang penting hp-nya android."
I ₆	"Pernah. Bisa diakses lewat handphone dan gampang mengaksesnya tinggal ke web-nya aja."

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.7, selain dapat diakses melalui media laptop dan komputer, *website* dispورا.bantenprov.go.id juga dapat diakses melalui media *handphone* tipe android selama terdapat jaringan internet, mudah diakses.

Demikian, berdasarkan beberapa triangulasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator setiap link yang ditawarkan harus *online* (*no dead links*), *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik dalam indikator tersebut karena setiap *link* yang ditawarkan sudah *online* dan aktif.

2. Tersedia kontak informasi (*contact information*)

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

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator tersedia kontak informasi (*contact information*):

Tabel 4.8
Triangulasi Pertanyaan ke-4

I Q	Apakah pada website dispورا.bantenprov.go.id terdapat kontak informasi tentang Dispora? Kontak apa saja yang terdapat pada website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	“Ya, kita ada <i>contact person</i> , <i>e-mail PPID</i> juga, atau bisa langsung ke sekretariat kita.”
I _{3.1}	<i>Website itu standarnya yah khusus untuk publik harus terdiri dari alamat, nomor kontak, kotak saran, itu ada standar website untuk pemerintah daerah.”</i>
I _{3.2}	“Ada, kontaknya seperti email.”
I _{3.3}	<i>Oh kita ada ppid.dispora@bantenprov.go.id bisa ngirim e-mail langsung dan ada sekretariat.Dispora@bantenprov.go.id Mudah, tinggal klik, kirim, nanti kita balas.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.8, pada *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah terdapat kontak informasi untuk memudahkan pengunjung yang membutuhkan informasi yang tidak terdapat pada *website*. Kontak informasi tersebut berupa email. Pengunjung dapat mengirim email ke ppid.dispora@bantenprov.go.id dan sekretariat.dispora@bantenprov.go.id atau dapat langsung datang ke Sekretariat Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Tabel 4.9
Triangulasi Pertanyaan ke-5

I Q	Apakah kontak tersebut dapat dengan mudah dihubungi?
I _{3.1}	<i>“Kalau dari kotak saran kita belum pernah tapi kalau dari e-mail kita pernah ada beberapa dari pihak luar yang mau bekerjasama dengan website Dispora khususnya bagian aplikasi, kita tanggapinya dan alhamdulillah secara kontak sarannya sudah kita penuhi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Itu mudah dihubungi, tapi bukan 24 jam yah, dalam arti jam kerja.”</i>
I _{3.3}	<i>Mudah, tinggal klik, kirim, nanti kita balas.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.9, kontak yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat dengan mudah digunakan oleh pengakses, yaitu dengan cara klik dan kirim. Setelah email masuk, pengelola *website* akan membalas email tersebut kepada pengakses. Adapun balasan email dibalas pada saat jam kerja, tidak 24 jam.

Tabel 4.10
Triangulasi Pertanyaan ke-6

I Q	Informasi apa saja yang menjadi permintaan dari pengunjung/pengakses?
I _{3.1}	<i>“Kalau dari kontak saran kita belum pernah tapi kalau dari e-mail kita pernah ada beberapa dari pihak luar yang mau bekerjasama dengan website Dispora khususnya bagian aplikasi, kita tanggapi dan alhamdulillah secara kontak sarannya sudah kita penuhi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Ada, seputar kepemudaan sebagai contoh syarat-syarat ikut serta dalam PPAN, KPN, itu banyak pasti yang minta.”</i>
I ₄	<i>”Yang dibutuhkan itu kegiatan di bidang kepemudaan, khususnya di bidang kepemudaan.”</i>
I ₅	<i>“Tersedia karena ada beberapa konten.”</i> <i>“Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.10, informasi yang menjadi permintaan dari pengunjung atau pengakses diantaranya yaitu kerjasama aplikasi; informasi seputar kepemudaan seperti contoh syarat-syarat ikut serta dalam PPAN (Pertukaran Pemuda Antar Negara), KPN (Kapal Pemuda Nusantara), dan sebagainya; informasi publik tentang kepemudaan dan olahraga di Provinsi Banten.

Tabel 4.11
Triangulasi Pertanyaan ke-7

I Q	<p>Bagaimana respon pengelola (<i>user</i>) dalam menanggapi permintaan dari pengunjung/pengakses? Berapa lama waktu untuk tindak lanjut permintaan dari pengunjung/pengakses?</p>
I ₂	<p><i>“Tentu saja namanya kan sekarang sudah keterbukaan informasi publik, jadi sudah ada Undang-undangnya. Khawatir ada sanksinya bagi badan publik atau pejabat yang tidak bisa memberikan informasi publik. Tapi tentunya informasi-informasi yang positif. Selama itu untuk kepentingan bersama kita welcome.”</i></p> <p><i>“Rasanya ada yah aturannya 14 hari kerja namun kalau kita secepatnya yah kita tanggapi.”</i></p>
I _{3.1}	<p><i>“Iya pasti direspon, karena itu merupakan salah satu standar operasional pengelolaan website, pelayanan informasi. Kita disini ada khusus tenaga ahli yaitu Bapak Adit, beliau yang langsung menginformasikan kepada saya selaku pengawas website lah yah ketika ada permintaan informasi, kita balas.”</i></p>
I _{3.2}	<p><i>“Kalau itu tentatif, gak bisa di tentukan. Karena kita kekurangan dari segi SDM-nya, mangkanya dari segi penanggapannya itu kalau kitanya masih di hari jam kerja, kita tidak memiliki kesibukan yang lain, otomatis di tanggapi secepat mungkin.”</i></p>
I _{3.3}	<p><i>“Insha Allah ditanggapi. Kalau kritik dan saran ada sebagai bahan masukan untuk memperbaiki, dan kita akui bahwa website kita gak sempurna, mangkanya kita juga terima kritik dan saran, mungkin kurang update, kurang apa, silahkan ke e-mail aja Insha Allah ditanggapi. Ada juga beberapa yang e-mail mengenai kegiatan-kegiatan Dispora, kayak kemaren itu permohonan menjadi peserta PPAN (Pertukaran Pemuda Antar Negara), kemudian cara mendapatkan bantuan-bantuan sosial itu kaya gimana dll.”</i></p> <p><i>“Kalau waktu, memang saat-saat tertentu karena kesibukan, saya memang merangkap di PEP, di Data Informasi (Datin) juga, saya merangkap di bidang evaluasi, pelaporan barang dan jasa dan sebagainya. Saya akui juga ada sedikit kekurangan tapi saya balas sehari dua hari lah.”</i></p>
I ₄	<p><i>“Sering. Dijawab dan responnya baik.</i></p>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.11, pengelola *website* akan menanggapi e-mail dari pengakses, baik itu permintaan informasi, saran, maupun kritik. Respon terhadap permintaan pengakses merupakan salah satu standar operasional pengelolaan *website*. Adapun untuk waktu tanggapannya adalah pada saat jam kerja.

Demikian, berdasarkan beberapa triangulasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator tersedia kontak informasi (*contact information*), *website* dispora.bantenprov.go.id sudah memiliki kontak informasi untuk komunikasi dengan pengakses. Selain itu, pengelola *website* dispora.bantenprov.go.id merespon permintaan pengakses dengan baik dengan waktu respon pada saat jam kerja, baik itu permintaan informasi, saran, dan kritik. Pada indikator ini, *website* dispora.bantenprov.go.id dapat dikatakan sudah baik dan dianggap 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*.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator penataan penempatan informasi (*placement of information*) :

Tabel 4.12
Triangulasi Pertanyaan ke-8

I Q	Bagaimana mengatur penempatan informasi pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kalau ketentuan tidak ada, cuma kita ada tim grafis yang menempatkan posisi berita sebelah mana jadi ketika orang ngebuka senang, senang dulu aja, melihat, lama-lama pasti membaca, untuk ketentuan di peraturannya juga tidak ada.”</i>
I _{3.2}	<i>“Oh kalau itu disebutnya pengaturan konten yah, isi <i>website</i> itu ada aturan mainnya, ada gaya bahasanya, gaya isinya, penulisannya kita ikuti aturan yang telah ditetapkan oleh Bahasa Indonesia yang baik, itu dari kiri ke kanan kalau ga salah.”</i>
I _{3.3}	<i>“Ada pembaharuan di tahun 2016 di zamannya Bapak Ali Fadilah, ketika kita ngobrol dengan Pak Ali beginilah konsepnya, dari profil, di berita ada kepemudaan dan keolahragaan, galerry, informasi, e-book, PPID, dan download, kalau download itu misalkan ada file dari Kabupaten/Kota tentang pendaftaran apa persyaratannya apa bisa download disini.”</i> <i>“Nah strateginya, selain kita itu membaca dari kiri ke kanan, berita juga tergantung dari tanggal, yang teratas biasanya merupakan informasi yang terbaru.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.12, pengaturan penempatan informasi pada *website* dispورا.bantenprov.go.id berdasarkan membaca dari kiri ke kanan, sehingga informasi yang terletak di kiri biasanya merupakan informasi yang terbaru. Selain itu, mengenai gaya bahasa, isi, dan penulisan informasinya mengikuti aturan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Adapun untuk setiap informasi yang akan diterbitkan di *website* dispورا.bantenprov.go.id harus melalui persetujuan dari Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai penanggung jawab dalam pengelolaan *website* tersebut. Hal ini berdasarkan wawancara dengan Ibu Ai Dewi Suzana, SE., M.Si pada hari Rabu, 11 Juli 2018 Pukul 14.29 WIB s.d selesai di Kantor Dinas

Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, berikut hasil wawancara tersebut:

“Akhir Januari 2017 sampai sekarang. Kalau saya kan tanggung jawabnya terhadap pembinaan aparaturnya dan membantu Kepala Dinas. Dalam pengelolaan web ini memang fungsi besarnya ada di Sekretaris karena menurut UU No. 14 Tahun 2008 bahwa PPID pembantunya ada di Sekretaris, bahwa semua OPD diwajibkan untuk mempublikasikan semua informasi lewat web-nya masing-masing. Dalam hal ini kan Dispora sudah memiliki web-nya. Mungkin untuk satu tahun terakhir ini web tidak ada update ya dan fungsi saya dalam penugasan penayangan berita semua acc-nya melalui saya sehingga tidak sembarangan dalam menayangkan isi dari web itu.”

Tabel 4.13
Triangulasi Pertanyaan ke-9

I Q	Menu apa saja yang terdapat pada website dispora.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kalau menu kita ada profil, berita, informasi, ada konten PPID standar Undang-undang keterbukaan informasi itu harus ada, kita juga ada download. Berfungsi, percuma kalau kita menampilkan konten yang ga bisa di akses untuk apa.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pasti pertama itu profil nah itu ada macem-macem ada sejarahnya, ada struktur organisasinya, ke menu berikutnya itu berita seputar kepemudaan dan keolahragaan, kemudian ada menu informasi, kemudian ada menu pelayanan publik namanya PPID bisa masyarakat memberikan saran ke PPID kita. Menu berikutnya e-book, e-book itu fungsinya semacam file pdf untuk menerangkan syarat-syarat mengikuti kegiatan misalnya KPN atau PPAN.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.13, menu yang diakses pengunjung pada website dispora.bantenprov.go.id diantaranya profil, berita informasi, konten PPID, e-book, dan download. Di menu profil bisa dilihat sejarah, struktur organisasi, dan sebagainya.

Tabel 4.14
Triangulasi Pertanyaan ke-10

I Q	Menu dan informasi apa yang lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung/pengakses?
I _{3.1}	<i>“Lebih banyak berita, tapi ada juga yang membuka akses keterbukaan informasi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang paling banyak d klik di menu informasinya.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau saya lihat sih lebih banyak mengakses berita kayak kemaren kita ada berita tentang Festival Pekan Olahraga Tradisional, Popda (Pekan Olahraga Pelajar Daerah) dan lain sebagainya.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.14, informasi yang lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah berita. Hal ini berarti bahwa pengunjung lebih banyak tertarik pada berita-berita berupa artikel tentang kepemudaan dan olahraga, seperti berita tentang Festival Pekan Olahraga Tradisional dan Popda (Pekan Olahraga Pelajar Daerah).

Tabel 4.15
Triangulasi Pertanyaan ke-11

I Q	Apakah menu dan informasi seperti berita dan artikel mudah diakses dengan cepat?
I _{3.2}	<i>“Mudah.”</i>
I _{3.3}	<i>“Iya mudah, masyarakat tinggal buka hp ketik Dispورا banten tinggal klik nyari berita yang diinginkan.”</i> <i>“Jika tidak bisa diakses, yang pertama servernya lagi error, Insha Allah bisa, memang kemaren sempat server kita lagi down, tapi ga setiap hari. Kita kan di awasi oleh Kominfo.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.15, menu dan informasi seperti berita dan artikel pada *website* dispora.bantenprov.go.id mudah diakses dengan cepat menggunakan media laptop, komputer, ataupun *handphone*. Jika tidak bisa diakses, kemungkinan besar servernya lagi *error* tapi tidak setiap hari karena ada pengawasan dari Kominfo.

Tabel 4.16
Triangulasi Pertanyaan ke-12

I Q	Apakah ada perbedaan letak informasi ketika di akses melalui laptop dengan di akses melalui handphone?
I _{3.2}	“ <i>Kan di handphone itu ada yang namanya tampilan menu android, malah semakin simpel, tapi hp nya yang android yah kalau yang hp jadul malah ga bisa di akses.</i> ”
I _{3.3}	“ <i>Kalau dari segi tampilan agak sedikit berbeda karena kalau di hp kecil, tinggal di zoom saja.</i> ”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.16, terdapat perbedaan letak informasi ketika *website* dispora.bantenprov.go.id diakses melalui laptop atau komputer dengan *handphone* android. Tampilan pada *handphone* android lebih sederhana dibandingkan dengan tampilan pada laptop atau komputer karena menyesuaikan dengan ukuran *handphone* android yang lebih kecil dibandingkan laptop atau komputer.

Demikian, berdasarkan triangulasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa indikator penataan penempatan informasi (*placement of information*)

pada *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik, dimana berita atau informasi yang baru ditempatkan di sisi layar sebelah kiri mengikuti gerakan membaca dari kiri ke kanan. Selain itu jika jaringan baik, menu dan informasinya mudah diakses dengan cepat, baik melalui media laptop atau komputer maupun melalui *handphone* android.

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 penyampaian informasi.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator pewarnaan (*use of color*):

Tabel 4.17
Triangulasi Pertanyaan ke-13

I Q	Bagaimana komposisi warna dalam <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kalau untuk warna kita menyesuaikan, kalau tampilan Dispora sendiri itu mah pihak dari aplikasi yang menentukan. Tidak ada maksud tertentu yang penting gambarnya terlihat enak, menarik, tidak mengganggu pengunjung dan tidak mengganggu tampilan website.”</i>
I _{3.2}	<i>“Sejauh ini kita mengikuti Kominfo, itu tampilan utamanya putih sama biru kita tidak bisa merubah, karena kalau mau merubah harus ijin dulu ke Kominfo.”</i>
I ₆	<i>“Tampilannya sih bagus, cuma kurang bergairah semangat gitu, kurang ada olahraga-olahraganya gitu, cuma udah bagus.”</i> <i>“Pengennya layarnya di full-ini terus ada gambar olahraganya. Untuk warna pengennya warna merah, hitam, dan emas biar</i>

	<i>bersemangat.”</i>
--	----------------------

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.17, pewarnaan pada *website* *dispورا.bantenprov.go.id* menyesuaikan dari pihak aplikasi, mengikuti Kominfo, dan jika mau diubah harus ijin terlebih dahulu ke Kominfo. Tampilan warna utamanya adalah putih dan biru, dimana warna ini tidak mengganggu pengunjung ketika melihat dan membaca informasi pada *website* serta tidak mengganggu tampilan *website*.

Tabel 4.18
Triangulasi Pertanyaan ke-14

I Q	Apakah ada arti atau maksud tertentu dari komposisi warna pada <i>website</i> <i>dispورا.bantenprov.go.id</i>?
I _{3.1}	<i>“Kalau untuk warna kita menyesuaikan, kalau tampilan Dispora sendiri itumah pihak dari aplikasi yang menentukan. Tidak ada maksud tertentu, yang penting gambarnya terlihat enak, menarik, tidak mengganggu pengunjung dan tidak mengganggu tampilan website.”</i>
I _{3.2}	<i>“Itu tidak ada, dari Kominfo itu mah.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau saya tidak begitu ke warna, intinya mah lihat fungsinya, enak, jelas, gak ribet, cuma dua warna biru sama putih, ini juga ga ada kaitannya dengan warna partai yah.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.18, tidak ada arti atau maksud tertentu dari komposisi warna biru dan putih pada *website* *dispورا.bantenprov.go.id*. warna

tersebut dipilih karena warna tidak mengganggu penglihatan pengunjung ketika mengakses *website*.

Demikian, berdasarkan triangulasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa indikator pewarnaan (*use of color*), *website* dispora.bantenprov.go.id sudah baik dalam pewarnaan, dimana memungkinkan isi pesan dalam layar *website* dapat dengan mudah dibaca dan tidak mengganggu upaya penyampaian informasi.

5. Mudah penggunaan

Informasi dalam *website* mesti siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlinks* mesti akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *web site* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous and forward levels*). Pengakses juga bisa kembali ke *homepage*. Pengakses bisa frustrasi jika tidak bisa kembali ke *homepage* dan mesti *start* lagi.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator mudah penggunaan:

Tabel 4.19
Triangulasi Pertanyaan ke-15

I Q	Apakah <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id muncul pada urutan paling atas pada mesin pencarian <i>google</i>?
I _{3.1}	<i>“Kalau kata kuncinya pas dia muncul paling atas.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau selama ini, yang kita pantau dari segi kunjungan. Dispora Provinsi Banten itu bukan di katakan yang pertama, kan Dispora itu bukan Dispora Banten aja. Kalau kata kuncinya <i>website</i> Dispora Banten itu pasti muncul pertama, kalau kata kuncinya Dispora itu tentatif.”</i>
I _{3.3}	<i>“Bisa, asal mengetiknya <i>website</i> Dispora Banten.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.19, *website* dispورا.bantenprov.go.id muncul pada urutan paling atas pada mesin pencarian *google* jika pengunjung mengetikkan kata kunci yang sesuai, yaitu Dispora Banten.

Tabel 4.20
Triangulasi Pertanyaan ke-16

I Q	Bagaimana fungsi <i>back</i> dan <i>next</i> pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Gak ada masalah, kita selalu cek, setiap minggu kita updating.”</i>
I _{3.2}	<i>“Selama ini yang kita perhatikan tidak masalah, lancar-lancar saja.”</i>
I _{3.3}	<i>“Bisa, misalnya kita ke home, ke menu berikutnya, balik lagi, ga ada masalah.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.20, fungsi *back* dan *next* pada *website* dispora.bantenprov.go.id sampai saat ini belum ada masalah dan selalu di cek dan di *update* oleh pihak pengelola *website* setiap minggu. Fungsi *back* dan *next* ini sangat penting, dimana memudahkan pengguna dalam mengakses *website* dengan cepat dan tidak rumit.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator mudah penggunaan, *website* dispora.bantenprov.go.id sudah baik, dimana setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous and forward levels*) dan pengakses juga bisa kembali ke *homepage*.

6. Bertujuan

Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. *Website* biasanya dibagi dalam tiga kategori: a) *Presence model*, digunakan untuk alat promosi; b) *Informational model*, dipenuhi dengan beragam materi pesan, termasuk informasi untuk pers; c) *E-commerce model*, didesain untuk menciptakan dan menjaga penjualan.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator bertujuan:

Tabel 4.21
Triangulasi Pertanyaan ke-17

I Q	Apakah tujuan pembuatan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₁	<i>“Dengan keterbukaan informasi ini masyarakat berhak mengetahui informasi karena untuk saat ini semua mengaplikasikan dalam bentuk elektronik. Mungkin ada interest-nya juga ya terkait e-government. Pengelolaan pemerintahan yang baik semua informasi harus cepat tepat didapatkan oleh masyarakat”.</i>
I ₂	<i>“Seperti yang sudah saya kemukakan tadi bahwa <i>website</i> merupakan sajian layanan informasi yang menggunakan konsep hyperlink untuk memudahkan baik untuk pengguna maupun publik. Jadi bisa untuk memberikan informasi.”</i>
I _{3.1}	<i>“Ya kalau bicara tujuan apa yang di amanatkan Undang-undang tahun 2008 tentang keterbukaan informasi sesuai pasal 9, 10, 11 memang kita diwajibkan untuk menginformasikan, mempublikasikan kepada masyarakat dan itu wajib hukumnya. Selain itu kita juga ingin menginformasikan kepada masyarakat kegiatan-kegiatan di <i>Dispورا</i> sehingga masyarakat bisa tau termasuk juga agenda keolahragaan, atlet-atlet <i>Dispورا</i> bisa dilihat di <i>website</i> <i>Dispورا</i>.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama untuk pelayanan informasi kepada masyarakat sudah diatur dalam Undang-undang keterbukaan informasi publik.”</i>
I _{3.3}	<i>“Sesuai dengan Undang-undang keterbukaan informasi publik itu salah satunya, bahwa <i>Dispورا</i> melakukan apa, bisa kita lihat.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.21, tujuan pembuatan *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah mewujudkan *good governance* (tata kelola pemerintahan yang baik) dengan konsep *e-government*, dimana dalam prakteknya menggunakan akses internet. Selain itu, adanya Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008, mewajibkan adanya transparansi (keterbukaan) dalam informasi publik, dimana masyarakat dapat mengakses informasi publik dengan mudah dan cepat.

Tabel 4.22
Triangulasi Pertanyaan ke-18

I Q	Bagaimana informasi yang terdapat pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Hampir sama ya, tapi tahun ini tentang olahraga yah.”</i> <i>“Seputar bidang kepemudaan dan keolahragaan juga mitra-mitra kita.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau untuk berita setiap yang berbau olahraga, kepemudaan, kita pasti meng update karena itu memang ruang lingkup Dispora, tugas pokok dan fungsi Dispora.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.22, informasi yang dipublikasikan pada *website* dispورا.bantenprov.go.id berkaitan dengan informasi di bidang kepemudaan dan olahraga di Provinsi Banten.

Tabel 4.23
Triangulasi Pertanyaan ke-19

I Q	Berapa kali dalam seminggu berita/artikel dalam <i>website</i> di <i>update</i>?
I ₂	<i>“Pertama kalau pas sudah kegiatan, berita dalam satu tahun kita simpan dan terus bertambah beritanya.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau untuk berita tergantung dari kegiatan di Dispora sendiri tentatif ya ga bisa di prediksi.”</i>
I _{3.3}	<i>”Kalau disini kita tergantung dari kegiatan, seperti kemarin ada kegiatan kita langsung meluncur kesana dan kita menyediakan data yang ada disana, biar masyarakat tau bahwa Dispora Provinsi Banten melaksanakan kegiatan sesuai Undang-undang Kepemudaan dan Keolahragaan.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.23, informasi berupa berita atau artikel di *update* oleh pengelola *website* dispora.bantenprov.go.id mengikuti kegiatan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Tabel 4.24
Triangulasi Pertanyaan ke-20

I Q	Apakah terdapat promosi pada <i>website</i> dispora.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	“Selama ini kegiatan yang sifatnya nasional kita informasikan seperti POPDA, POPNAS, termasuk juga surat edaran dari Kementerian Luar Negeri terkait Asian Games, Pemerintah Daerah berkewajiban mempublikasikan, jadi kita masukin dalam tampilan <i>website</i> sehingga masyarakat tahu bahwa Indonesia ini akan menyelenggarakan Asian Games yang ke-18.”
I _{3.3}	“Kita ada banner selamat bertanding atlet Popda, kita juga sedang ramai ramainya Asian Games sebagai sosialisasi Asian Games.”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.24, pada *website* dispora.bantenprov.go.id terdapat promosi, seperti publikasi atlet-atlet yang akan dan sedang bertanding pada POPDA (Pekan Olahraga Pelajar Daerah), POPNAS (Pekan Olahraga Pelajar Nasional), *Asian Games 2018*, dan lain-lain, sehingga dari promosi ini dapat memperkenalkan atlet-atlet Provinsi Banten dan prestasi-prestasi mereka kepada masyarakat.

Tabel 4.25
Triangulasi Pertanyaan ke-21

I Q	Apakah terdapat kepentingan komersial pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kita kan pemerintah daerah, kalau ada bahasa komersial tidak boleh lah, harus sesuai dengan apa yang sudah diamanatkan oleh peraturan pe-Undang-undangan.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau untuk kepentingan komersial tentu tidak, karena kita sifatnya Dinas, kan pelayanan kepada masyarakat, jadi tidak bakal ada.”</i>
I _{3.3}	<i>“Oh, Kalo itu gak ada.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.25, tidak terdapat kepentingan komersial pada *website* dispورا.bantenprov.go.id karena merupakan *website* pemerintah daerah dan kepentingannya untuk pelayanan informasi kepada masyarakat.

Tabel 4.26
Triangulasi Pertanyaan ke-22

I Q	Apakah informasi yang terdapat pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id digunakan sebagai informasi atau referensi bagi pihak pers?
I ₂	<i>“Sepertinya iya, mereka kan tinggal klik aja, kadang-kadang saya pernah melihat suatu media, ternyata media itu juga isinya sama dengan yang di kita, padahal kita lebih dulu.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kita bisa bekerja sama dengan media terkait informasi, jadi kita bertukar informasi sehingga penuangan berita-beritanya tidak rancu.”</i>
I _{3.2}	<i>“Iya, Itu ada ya.”</i>
I _{3.3}	<i>“Pernah, seperti juga mereka meminta foto-foto kegiatan maupun video.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.26, informasi yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id juga digunakan sebagai informasi atau referensi bagi pihak pers, dimana ada pertukaran informasi sehingga berita-berita yang dipublikasikan tidak rancu. Selain itu, pihak pers juga pernah meminta data seperti foto maupun video kegiatan untuk kepentingan publikasi. Hal ini berarti ada kerjasama yang baik antara Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dengan pihak pers dalam mempublikasikan informasi yang akurat kepada masyarakat.

Tabel 4.27
Triangulasi Pertanyaan ke-23

I Q	Saran apa saja dari pengunjung/pengakses pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam e-mail <i>website</i> ?
I ₂	<i>“Kalau kritik dan saran ada juga sih, biasanya seputar update kegiatan kemudian ada yang meminta informasi untuk bisa berpartisipasi dalam kegiatan Dispora itu bagaimana.”</i>
I _{3.1}	<i>“Saran sih, sebenarnya mereka lebih ingin bekerja sama terkait pengelolaan <i>website</i>, namun kita kan sudah punya pengelola <i>website</i>.”</i>
I _{3.2}	<i>“Paling saran yang kami terima itu dari isi beritanya. Kalau masyarakat inginnya update terus.”</i>
I _{3.3}	<i>“Tentang updating, karena kan tidak setiap hari kita update, tergantung dari kegiatan sedangkan pengunjung inginnya terus update.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.27, saran yang lebih banyak dari pengunjung terkait *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah mengenai *update* informasi, dimana masyarakat ingin berita atau artikel yang terus di *update*, akan tetapi

berita atau artikel yang dipublikasikan di *website* dispora.bantenprov.go.id hanya di *update* ketika ada kegiatan di Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Tabel 4.28
Triangulasi Pertanyaan ke-24

I Q	Complain apa saja dari pengunjung/pengakses pada <i>website</i> dispora.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam email <i>website</i>?
I ₁	“Sampai saat sekarang sih belum.”
I ₂	“Kalau komplain kita belum ada, masih aman-aman aja.”
I _{3.2}	“Kalau komplain, terus marah-marah belum ada.”
I _{3.3}	“Ada sedikit dari segi tampilan dan update berita.”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.28, sampai saat ini belum ada komplain dari pengunjung *website* dispora.bantenprov.go.id. Hal ini berarti bahwa *website* dispora.bantenprov.go.id sudah baik dalam hubungannya dengan masyarakat.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator bertujuan, tujuan *website* dispora.bantenprov.go.id adalah sebagai *presence model*, yaitu digunakan untuk alat promosi, dan *informational model*, yaitu digunakan untuk publikasi informasi, termasuk informasi untuk pers.

7. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator persepsi:

Tabel 4.29
Triangulasi Pertanyaan ke-25

I Q	Informasi dan menu apa yang anda akses pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>“Informasi disana ya tentu informasi tentang pemerintahan khususnya tentang seputar bidang olahraga dan kepemudaan.”</i>
I ₅	<i>“Tersedia karena ada beberapa konten.” “Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga.”</i>
I ₆	<i>“Menurut aku sih sudah lumayan lengkap, udah ada data-data Dispora, atlet Provinsi Banten, bisa tahu senior-senior, dan kegiatan Dispora.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.29, informasi yang diakses pada *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah informasi tentang bidang kepemudaan dan olahraga Provinsi Banten.

Tabel 4.30
Triangulasi Pertanyaan ke-26

I Q	Apakah informasi yang anda butuhkan tersedia pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<p><i>“Kalau masalah kekurangan sih pasti ada ya tapi untuk saat ini cukup bagus.”</i></p> <p><i>“Hasil pengumuman atau hasil kegiatan seleksi itu tidak langsung ke <i>website</i>, itu yang lambatnya, satu. Terus tidak langsung ibaratnya informasi ke kabupaten/kota.”</i></p>
I ₆	<p><i>“Menurut aku sih sudah lumayan lengkap, udah ada data-data <i>Dispورا</i>, atlet Provinsi Banten, bisa tahu senior-senior, dan kegiatan <i>Dispورا</i>.”</i></p>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.30, informasi yang dibutuhkan pengunjung pada *website* dispورا.bantenprov.go.id cukup terpenuhi walaupun masih ada informasi yang kurang *update*, seperti hasil pengumuman atau hasil seleksi kegiatan tidak langsung masuk ke *website*.

Tabel 4.31
Triangulasi Pertanyaan ke-27

I Q	Bagaimana pandangan terhadap <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.2}	<p><i>“<i>Website</i> kita masih terkendala oleh tampilannya, kurang menarik. Kita juga tidak bisa mengubah tampilan itu kewenangannya ada di <i>Kominfo</i>.”</i></p>

I ₄	<p><i>“Website itu kan kita mengacu pada e-government. Kalau berbicara tentang e-government itu ada istilah G to C, G to B, G to G. Government to citizen, government to business, government to government. Jadi, apa yang ada didalam website harus memenuhi ekspektasi dan kebutuhan informasi masyarakat. Itu yang paling idealnya. Untuk itu, perlu adanya semacam penguatan. Penguatan sistem IT yang ada di pemerintahan. Untuk itu, perlu adanya suprastrukturnya, infrastruktur, IT nya juga harus kuat termasuk tata kelolanya termasuk operatornya SDM nya juga. Itu yang paling penting dalam tata laksana sistem pemerintahan berbasis elektronik ataupun komunikasi menggunakan situs website.”</i></p>
----------------	---

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.31, terdapat kendala dalam tampilan *website* dispورا.bantenprov.go.id yang dirasa kurang menarik. Dari pengelola *website* dispورا.bantenprov.go.id tidak bisa mengubah tampilan *website* karena merupakan kewenangan Kominfo. Adapun terhadap *website* dispورا.bantenprov.go.id, isinya harus memenuhi ekpektasi atau harapan dan kebutuhan informasi dari masyarakat. Dalam pengelolaannya perlu ada penguatan IT, suprastruktur, infrastruktur, dan SDM.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator persepsi, persepsi dari informan-informan penelitian adalah cukup baik dan positif walaupun masih terdapat kekurangan dalam pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id, baik dari segi tampilan dan kebutuhan informasi pengunjung.

8. Kognisi

Kognisi adalah suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator kognisi:

Tabel 4.32
Triangulasi Pertanyaan ke-28

I Q	Apakah informasi yang terdapat pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id dapat dipercaya dan menghindari <i>hoax</i> ?
I ₂	"Dapat, karna kita kalau ga salah tahun 2017 Dispora masuk sepuluh besar keterbukaan publik di Provinsi Banten."
I _{3.2}	"Iya, dapat dipercaya, akurat."
I ₅	"Ohh Betul, Bisa."

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.32, informasi yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat dipercaya dan menghindari *hoax*. Informasinya aktual dan tepercaya karena informasi yang akan dipublikasikan harus melalui persetujuan penanggung jawab pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id, yaitu Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Selain itu, Dinas Kepemudaan dan Olahraga masuk peringkat sepuluh besar keterbukaan informasi publik di Provinsi Banten

Tahun 2017, hal ini merupakan suatu prestasi yang membanggakan dari segi informasi publik, dimana salah satu media penyampaian informasi publik adalah dengan menggunakan *website* dispورا.bantenprov.go.id.

Tabel 4.33
Triangulasi Pertanyaan ke-29

I Q	Seberapa penting keberadaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id bagi anda?
I ₂	<i>“Kalau menurut saya dimasa sekarang ini keberadaan <i>website</i> sangat penting sekali, selain kita bisa memberikan informasi ke publik, kita juga bisa mendapatkan informasi dari luar untuk kita.”</i>
I _{3.1}	<i>“Sebenarnya <i>website</i> ini bukan berdampak baik ya tapi memang diharuskan oleh peraturan sehingga berdampak ke kebutuhan informasi terkait olahraga, kepemudaan, sehingga masyarakat mudah mengakses informasi artinya kemanfaatan yang bagus lah yah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau menurut saya pribadi ya, keberadaan <i>website</i> itu penting karena sebagai media informasi bagi kita, apalagi informasi tentang Kepemudaan dan Keolahragaan itu sifatnya ada di masyarakat.</i>
I _{3.3}	<i>“Bagi saya sangat sangat baik, karena apa? Karna masyarakat bisa tau bagaimana <i>Dispورا</i>, kita sosialisasikan bahwa <i>Dispورا</i> ada kegiatan ini lho. Sangat sayang jika ada kegiatan besar tidak diketahui oleh masyarakat luas.”</i>
I ₄	<i>“Sangat penting, karena itu memudahkan kita untuk tahu informasi-informasi, kegiatan-kegiatan <i>Dispورا</i>, baik itu di bidang pemuda, olahraga, di lingkungan <i>Dispورا</i>. Sangat penting, harus.”</i>
I ₆	<i>”Penting sih jadi lebih terarah organisasinya, terus kita juga bisa tahu nih orang-orang <i>Dispورا</i> gimana, agenda kejuaraan kita ini gimana, kita juga bisa tahu tentang atlet senior kita, prestasi, tahu tentang data-data temen-temen kita sesama atlet.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.33, keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id sangat penting dalam memberikan informasi publik terkait dengan bidang kepemudaan dan olahraga di Provinsi Banten, sehingga masyarakat menjadi tahu dan bisa ikut berpartisipasi dalam kegiatan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator kognisi, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik karena memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pengunjung dan juga masyarakat tentang informasi yang aktual dan menghindari *hoax*, serta keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id yang dianggap sangat penting.

9. Motivasi

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator motivasi:

Tabel 4.34
Triangulasi Pertanyaan ke-30

I Q	Apa motif/kepentingan/tujuan anda dalam mengakses atau mengunjungi <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>"Yang dibutuhkan itu kegiatan di bidang kepemudaan, khususnya di bidang kepemudaan."</i>
I ₅	<i>"Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga."</i>
I ₆	<i>"Pernah mengunjungi <i>website</i> Dispورا untuk mengakses data-data atlet di PPLP ini."</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.34, motif atau kepentingan atau tujuan pengunjung dalam mengakses *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah tergantung kepentingan masing-masing individu, diantaranya mengakses informasi mengenai bidang kepemudaan, bidang olahraga, dan data-data atlet Provinsi Banten.

Tabel 4.35
Triangulasi Pertanyaan ke-31

I Q	Berapa banyak pengunjung <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>"Nah kalau dari jam kerja tidak kurang dari 60 hingga 70-an dalam satu hari kalau sampe satu bulan tinggal kalikan saja 30 yah. Sebagai catatan yah seminggu ini kita udah ada di atas seribu nah berarti kurang lebih ada empat ribuanlah sebulan."</i>
I _{3.2}	<i>"Kalau itu sih beragam itu tergantung isi beritanya aja, kalau beritanya berisi informasi yang sedang di butuhkan oleh kepemudaan keolahragaan itu pasti pengunjungnya banyak."</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.35, jumlah pengunjung *website* *dispورا.bantenprov.go.id* bisa dikatakan cukup banyak, dimana dalam satu hari bisa mencapai 60 hingga 70 orang, dan kurang lebih ada sekitar 4000 orang dalam satu bulan. Hal ini berarti bahwa ada ketertarikan dari masyarakat yang mendorong mereka untuk mengakses *website* *dispورا.bantenprov.go.id*.

Tabel 4.36
Triangulasi Pertanyaan ke-32

I Q	Apa saja faktor-faktor yang mendukung pengelolaan <i>website</i> <i>dispورا.bantenprov.go.id</i> ?
I ₂	“Bahwa dalam satu kegiatan yang harus di dukung oleh <i>man, machine, methode</i> dan <i>money</i> . Dari keempat itu memang ada ketergantungan kalau ada <i>money</i> -nya tapi tidak ada <i>man</i> -nya gak akan jalan juga.”
I _{3.2}	“Kalau untuk diklatnya kita belum menjalani hanya sekedar rapat-rapat ada undangan untuk peningkatan kapasitas aparatur terkait <i>website</i> ada, cuma kalau bimbingan teknis lebih lanjutnya kami belum pernah mengikuti.”
I _{3.3}	“Alhamdulillah pengunjung <i>website</i> <i>Dispورا</i> perbulannya mencapai ratusan hingga ribuan. Bisa nyampe tiga ribu, empat ribuanlah, perhari ini aja udah ratusan. Alhamdulillah berarti animo masyarakat terhadap kegiatan <i>Dispورا</i> itu sangat besar. Jadi apa yang dilakukan bisa dilihat, seperti kemaren ada festival, kita juga ada torch relay asian games dan lain sebagainya, <i>website</i> ini juga banyak item-item lainnya.”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.36, faktor-faktor yang mendukung *website* *dispورا.bantenprov.go.id* adalah *man, machine, methode*, dan *money*. Mengenai SDM, belum ada pendidikan dan pelatihan tentang pengelolaan

website, tetapi sudah mengikuti rapat undangan untuk peningkatan kapasitas aparatur terkait *website*. Selain itu, jumlah pengunjung *website* dispورا.bantenprov.go.id yang cukup banyak dapat menjadi faktor pendukung pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id dan menjadi motivasi, khususnya bagi pihak-pihak terkait dalam pengelolaan *website* untuk meningkatkan pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator motivasi, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik dalam menarik pengunjung, dimana jumlah pengunjung dalam satu bulan dapat mencapai 4.000 pengunjung. Tentunya setiap pengunjung memiliki motif atau kepentingan yang berbeda-beda dalam mengakses *website* dispورا.bantenprov.go.id, tergantung pada kebutuhan masing-masing individu.

10. Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak

menyenangkan. Sikap dapat berpengaruh atau diubah. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

Berikut ini hasil triangulasi wawancara dari beberapa informan pada indikator sikap:

Tabel 4.37
Triangulasi Pertanyaan ke-33

I Q	Apakah keberadaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id berdampak baik bagi citra Dispora Provinsi Banten?
I _{3.2}	<i>“Tentunya kalau citra positif menimbulkan nilai baik.”</i>
I _{3.3}	<i>“Sangat sangat meningkatkan citra positif Dispora.”</i>
I ₄	<i>“Tentu Bisa ya.”</i>
I ₅	<i>“Menurut saya berdampak. Satu hal, masyarakat bisa mengakses informasi dan itu membentuk semacam kredibilitas dinas itu sendiri di mata pengguna karena banyak informasi-informasi yang menunjukkan kebijakan-kebijakan di bidang kepemudaan dan olahraga, kegiatan-kegiatannya, dan program-program kerjanya.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.37, keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id berdampak baik bagi citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten karena melalui media *website*, masyarakat dapat menilai Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, membentuk semacam kredibilitas bagi Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Jika masyarakat menilai *website* dispورا.bantenprov.go.id baik, maka citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga juga akan baik.

Tabel 4.38
Triangulasi Pertanyaan ke-34

I Q	Apakah dilakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kita biasanya jika ada kegiatan-kegiatan keolahragaan kita suka menayangkan alamat <i>website</i> Dispora pada pakaian olahraga sehingga masyarakat bisa tau.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama untuk sosialisasinya kita melalui <i>speak</i> aja atau omongan yang kedua itu kita melalui media sosial di facebook otomatis masyarakat tau <i>website</i> kita.”</i> <i>“Kalau terjun langsung belum, hanya melewati media sosial saja.”</i>
I _{3.3}	<i>“Benar, linknya https://dispورا.bantenprov.go.id/ kita juga sosialisasikan <i>website</i> lewat baju kegiatan dengan cara menyematkan alamat <i>website</i> kita di situ.”</i> <i>“Salah satunya ketika rapat selalu menyebutkan alamat <i>website</i> Dispora untuk diakses dan menyematkan di kaos kegiatan. Kita juga ingin membuat stiker alamat <i>website</i> untuk di mobil.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.38, sosialisasi yang dilakukan untuk mempublikasikan keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id kepada masyarakat adalah dengan menyematkan alamat *website* pada baju kegiatan jika ada momen kegiatan-kegiatan keolahragaan, sosialisasi langsung dengan *speak to speak*, sosialisasi melalui media sosial *facebook*, sosialisasi ketika ada rapat atau pertemuan dengan selalu menyebutkan alamat *website*, dan rencana akan dibuat stiker alamat *website* untuk di mobil.

Tabel 4.39
Triangulasi Pertanyaan ke-35

I Q	Apa saja faktor-faktor yang menghambat pengelolaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id ?
I ₂	<i>“Bahwa dalam satu kegiatan yang harus di dukung oleh man, machine, methode dan money. Dari keempat itu memang ada ketergantungan kalau ada money nya tapi tidak ada man nya gak akan jalan juga.”</i>
I _{3.1}	<i>“Hambatan yang sifatnya besar tuh ga ada sebenarnya, memang kalau misalnya ada kegiatan di luar jangkauan jaringan kita memang kesulitan. Setiap kita meng update berita di sebuah lokasi kegiatan itu kan kita langsung.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kita terkendala yang namanya server, nah kalau server dari Kominfonya bermasalah otomatis server kita juga bermasalah. Semakin lancar server induknya, kita juga semakin lancar.”</i> <i>“Seperti yang tadi disampaikan kita terhambat dari segi server saja kita juga kekurangan tenaga SDM-nya, belum tentu kita setiap hari bisa meng-update informasi di Dispورا karena kita juga SDM-nya penempatannya gak selalu di website, kita ada tupoksi lain, merangkap.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.39, terdapat beberapa faktor yang menghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id, diantaranya masalah jaringan, server induk, dan kekurangan tenaga sumber daya manusia (SDM).

Tabel 4.40
Triangulasi Pertanyaan ke-36

I Q	Bagaimana dengan SDM pengelola <i>website</i>? Apakah sudah sesuai dengan pendidikan? Apakah jumlahnya dirasa sudah cukup?
I ₂	<p><i>“Kita yang menangani khusus, kurang lebih ada tiga orang. Mulai dari operator, terus bagian input, termasuk bagian lapangan.”</i></p> <p><i>“Kalau pas, itu tentatif yah. Kalau pas kegiatannya bentrok atau berbarengan karena di kita tuh ada 28 kegiatan. Satu kegiatan itu ada beberapa kegiatan lagi. Bisa seratusan lebih. Kalau pas lagi berbarengan kita memang kekurangan.”</i></p>
I _{3.1}	<p><i>“Kalau di Dispora kita memilih latar belakang yang sudah sesuai, kita sudah ada sehingga didalam pengelolaannya mudah karna mereka sudah memahami. Kalau jumlah memang kita kan ada yang satu untuk pembuatan artikel, yang satu untuk tenaga operator yang fungsinya untuk meng-update berita di website. Kita sudah ada dua tenaga ahli lah.”</i></p>
I _{3.2}	<p><i>“Dari segi SDM, kita perlu ada penambahan dari segi SDM-nya, perlunya staf pengelola websitenya, dia benar-benar tau bagaimana mengelola website. Dan dari segi pendidikan juga penting sehingga berita yang ditayangkan tidak hoax.”</i></p>
I _{3.3}	<p><i>“Jujur kita kekurangan SDM tenaga ahli website, satu kita butuh pelatihan dan butuh orang juga, karna memang kan saya juga merangkap, saling gantian.”</i></p>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.40, SDM pengelola *website* dispورا.bantenprov.go.id masih kurang dalam hal jumlah, dimana kurang lebih berjumlah tiga orang, mulai dari operator, input informasi, dan bagian lapangan. SDM pengelola *website* dispورا.bantenprov.go.id penempatannya tidak selalu di *website*, karena ada tupoksi lain yang merangkap sehingga tidak bisa fokus ke *website*, ditambah dengan banyaknya kegiatan.

Tabel 4.41
Triangulasi Pertanyaan ke-37

I Q	Bagaimana dengan informasi di <i>website</i>? Apakah menurut anda sudah optimal?
I _{3.1}	<i>“Kalau bicara maksimal kita belum maksimal karena kan media itu makin kedepan makin berubah, teknologi media itu cepat perubahannya sehingga kita juga harus bisa menyesuaikan teknologi yang sudah cepat perubahannya, jadi tiap tahun, kita selalu updating, namanya updating aplikasi website sehingga menyesuaikan teknologi-teknologi yang sekarang.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau dikatakan optimal sih belum, karena yang saya katakan itu, belum update 100 %. Itu aja.”</i>
I ₅	<i>“Kalau dilihat dari sisi aktualnya memang informasi disini kan terakhir diupdate per bulan Juni ya jadi kurang update aja, jika dilihat kita sebagai pengguna. Jadi harus sering di update informasi-informasi aktualnya.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.41, informasi pada *website* dispورا.bantenprov.go.id belum bisa dikatakan optimal. Jika dilihat dari *updating*, informasi di *website* dispورا.bantenprov.go.id terakhir di *update* bulan Juni 2018.

Tabel 4.42
Triangulasi Pertanyaan ke-38

I Q	Bagaimana dengan tampilan <i>website</i>? Apakah menurut anda sudah baik?
I _{3.1}	<i>“Kalau bicara maksimal kita belum maksimal karena kan media itu makin kedepan makin berubah, teknologi media itu cepat perubahannya sehingga kita juga harus bisa menyesuaikan teknologi yang sudah cepat perubahannya, jadi tiap tahun, kita selalu updating, namanya updating aplikasi website sehingga menyesuaikan teknologi-teknologi yang sekarang.”</i>
I ₅	<i>Dari segi tampilan secara keseluruhan baik. Dan saya rasa lebih kepada infrastrukturnya, kalau infrastruktur dari pengelolaan website ini yang berpusat di Kominfo harus mampu menampung berapa banyak orang yang mengakses dalam waktu yang bersamaan. Tampilan secara umum bagus, ada semacam ornamen-ornamen yang khusus tentang olahraga ya dan kepemudaan.</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.42, tampilan pada *website* dispora.bantenprov.go.id belum bisa dikatakan maksimal, tetapi sudah baik secara keseluruhan tampilan, terutama penempatan informasi. Belum maksimal karena pengelola *website* tidak bisa mengubah tampilan. Hal tersebut dikarenakan mengubah tampilan *website* ada di tangan Kominfo.

Tabel 4.43
Triangulasi Pertanyaan ke-39

I Q	Bagaimana dengan instrumen pendukung dalam peliputan kegiatan? Apakah menurut anda sudah terpenuhi?
I ₂	<i>“Kalau alat saya sadari belum secanggih ini yah tapi kita memanfaatkan aja alat yang ada. Kadang-kadang PC PC- nya website ini dipakai untuk kerja juga.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau terkait sarana prasarana pengelola informasi kita ada beberapa alat yang belum kita punya. Tahun depan kita ingin menganggarkan termasuk kamera, alat rekam.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau sarana prasarana bukan kurang mendukung tapi kurang maksimal karena kita hanya dibantu oleh satu kamera satu tape recorder dan satu handycam. Idealnya kita minimalnya punya dua pasang semuanya.”</i>
I _{3.3}	<i>Kalau saya pribadi, alat terfasilitasi tapi masih kurang, butuh kamera tele, saya pernah di Bengkulu memfoto atlet selancar kan jauh, kalau kamera biasa gak kelihatan, pecah. Yang kelihatan hanya ombaknya saja.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.43, instrumen pendukung dalam peliputan kegiatan seperti kamera, *handycam*, *tape recorder*, masih kurang maksimal karena jumlahnya masih kurang, dimana hanya terdapat satu kamera, satu *handycam*, dan satu *tape recorder* untuk peliputan kegiatan. Selain itu, untuk hasil foto yang berkualitas baik juga perlu ada penambahan kamera tele.

Tabel 4.44
Triangulasi Pertanyaan ke-40

I Q	Apakah sudah ada rencana untuk menampilkan siaran langsung atau <i>streaming</i> pada <i>website</i>?
I ₂	<i>“Iya kedepannya kita akan berusaha untuk terus lebih baik lagi.”</i>
I _{3.1}	<i>“Ya, rencananya juga begitu, menampilkan audio visual, memang ke depan kita akan mencoba memasukan <i>streaming</i> tersebut.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau rencana, kita pasti ada, baru dicanangkan.”</i>
I _{3.3}	<i>“Ada alat-alat yang harus dibeli, ada rencana <i>streaming</i> untuk memperbagus <i>website</i>.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.44, untuk meningkatkan *update* informasi, ada rencana untuk menampilkan siaran langsung atau *live streaming* pada *website* dispورا.bantenprov.go.id.

Tabel 4.45
Triangulasi Pertanyaan ke-41

I Q	Apa saja yang telah dilakukan untuk meminimalisir faktor-faktor penghambat pengelolaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Yang paling sering kendala itu masalah jaringan, ada faktor dari cuaca juga ada, kemudian kan kita tersentralisir ke Kominfo jadi kesitu, dulu kan tersendiri mengelola jaringannya sendiri. Sekarag karena servernya di Kominfo jadi kadang-kadang ada kendalanya saking banyaknya jaringan. Kalau ada kendala-kendala paling kita koordinasi aja gitu.”</i>
I _{3.1}	<i>“Faktor-faktor penghambat pengelolaan <i>website</i> itu salah satunya masalah jaringan sebetulnya. Untuk SDM, kita sudah ada tinggal jaringan. Paling regulasi dari pengelolaan <i>website</i> itu sendiri. Regulasi itu yang bisa merumuskannya dari Kominfo. <i>Website</i> seperti apa yang boleh tayang di masing-masing OPD. Kalau misalnya ada regulasinya memudahkan kita mengelola websitenya seperti apa.”</i>

I _{3.2}	<i>“Pertama kita komunikasikan dengan server induk, kenapa sih servernya sering ada gangguan nah jawabannya ada di server induk karena bukan ranah kewenangan kami.”</i>
I _{3.3}	<i>“Pengajuan alat-alat peliputan, sering bertanya ke Kominfo, dan mengikuti pelatihan-pelatihan untuk menambah ilmu.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.45, upaya yang dilakukan untuk meminimalisir faktor-faktor penghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id, diantaranya koordinasi dengan Kominfo jika jaringan server mengalami *down* atau *error*, pengajuan alat-alat peliputan untuk menambah dan melengkapi kekurangan instrumen peliputan kegiatan, dan menambah ilmu dengan mengikuti pelatihan pada rapat-rapat undangan terkait pengelolaan *website*.

Tabel 4.46
Triangulasi Pertanyaan ke-42

I Q	Apakah dengan adanya <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id banyak pengunjung yang merespon positif atau negatif mengenai citra Dispora Provinsi Banten?
I ₂	<i>“Alhamdulillah pengunjungnya positif lah, websitenya juga banyak dikunjungi, responnya bagus.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau melihat statistik pengunjung sih alhamdulillah banyak positif yah hampir ratusan hingga ribuan malah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Merespon kearah positif.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau menurut saya responnya positif terlihat dari jumlah pengunjung bahwa masyarakat pengen tau tentang Dispora.”</i>
I ₄	<i>“Kalau dibilang baik pasti baik. Kalau dibilang kurang, pasti ada ada kurangnya, ada aja sih.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.46, dengan adanya *website* dispورا.bantenprov.go.id, banyak pengunjung yang memberikan respon positif terhadap *website* dispورا.bantenprov.go.id, walaupun masih terdapat kekurangan pada *website*. Respon positif bisa dilihat dari jumlah pengunjung *website* dispورا.bantenprov.go.id yang berjumlah sekitar 4000 orang dalam satu bulan.

Tabel 4.47
Triangulasi Pertanyaan ke-43

I Q	Apakah pengelolaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id sudah sesuai dengan visi dan misi Dispورا Provinsi Banten?
I ₁	“Sudah.”
I _{3.1}	“Ya memang <i>website</i> itu salah satu standar berita atau isinya harus sesuai dengan visi misi Dispورا kalau visi misi Gubernur Banten kita sudah tuangkan, uraian tugas dari Dispورا juga sudah, bisa dilihat dari profil Dispورا dan nama-nama pejabat Dispورا juga bisa dilihat di <i>website</i> Dispورا.”
I _{3.2}	“Selama ini sudah sesuai.”

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.47, pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah sesuai dengan visi dan misi Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Adapun profil Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dapat dilihat di *website* dispورا.bantenprov.go.id.

Tabel 4.48
Triangulasi Pertanyaan ke-44

I Q	Apakah pengelolaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id dapat meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten?
I ₁	<i>“Harusnya lebih baik lagi. Ya kan program kerja kita bisa terlihat oleh masyarakat bahwa Dispora juga berhasil, apalagi dalam bidang kepemudaan dan olahraga jadi masyarakat bisa tahu apa yang telah dilakukan Dispora selama ini.”</i>
I ₂	<i>“Saya rasa sangat, sangat sekali.”</i>
I _{3.2}	<i>“Pasti lah, pasti berdampak baik, pengunjung semakin banyak dikategorikan pasti citra Dispora bertambah bagus. Yang tadinya sudah bagus citranya semakin bagus.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.48, pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Jika pengelolaannya baik, maka citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten dapat meningkat.

Tabel 4.49
Triangulasi Pertanyaan ke-45

I Q	Saran apa yang bisa anda berikan untuk perbaikan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₁	<i>“Yang pasti akan ditingkatkan dari isi-isi <i>website</i> tersebut agar masyarakat juga tertarik untuk melihat web-nya Dispora.”</i>
I ₂	<i>“Tentunya dalam suatu kegiatan itu diibaratkan olahraga sepak bola kita itu bermain tim jadi antara pimpinan, middle hingga staf harus saling bekerja sama begitu.”</i>
I _{3.1}	<i>Dari pengelolaannya kita coba ada tim khusus yang mengelola <i>website</i> cuma di fokuskan. Jadi bukan dalam rangka untuk memenuhi pekerjaan yang sifatnya sunah. Memang kita inginnya tim itu di fokuskan pada pengelolaan <i>website</i>. Cuma kembali lagi SDM</i>

	<i>di Dispora tidak terlalu banyak, memang kita usulkan kepada pimpinan untuk menambah tenaga khusus Dispora terkait masalah pengelolaan website.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama otomatis pimpinan itu mengkomunikasikan dengan server induk melalui Kominfo untuk penambahan server di Dispora supaya tidak selalu gangguan.”</i>
I _{3.3}	<i>“Alat penunjang, kita butuh kamera tele dan kita juga ingin streaming.”</i>
I ₄	<i>“Memperbanyak program, menu, konten. Biar pemuda bisa berkreasi. Penayangannya juga harus lebih update.”</i>
I ₆	<i>“Pengennya sih lebih menampilkan tentang atlet-atlet PPLP, perkenalkan ke masyarakat ternyata atlet PPLP itu ada, bahkan orang sini aja belum tahu tentang atlet PPLP itu dimana, biar lebih tahu orang-orang.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.49, saran-saran yang diberikan informan untuk perbaikan pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id, diantaranya perlu peningkatan dalam isi *website* agar menarik; perlu kerja sama yang baik antara pimpinan, staf, dan pihak-pihak terkait; perlu ada penambahan pengelola *website* dengan kualifikasi pendidikan yang sesuai; perlu peningkatan koordinasi dengan Kominfo; perlu menambah instrumen pendukung pelatihan; memperbanyak program, menu, dan konten pada tampilan *website*; meningkatkan informasi tentang atlet-atlet PPLP Provinsi Banten untuk memperkenalkan kepada masyarakat

Tabel 4.50
Triangulasi Pertanyaan ke-46

I Q	Apa harapan anda ke depannya mengenai website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₁	<i>“Website yang memang orang-orang tidak bosan untuk melihat web nya Dispora.”</i>
I ₂	<i>“Yang saya harapkan, website ini berguna khusus untuk dinas, untuk kemajuan Provinsi dan tentunya buat khalayak ramai.”</i>
I _{3.1}	<i>“Website itu merupakan media yang sifatnya semua orang harus tau, artinya sosialisasi informasi, apa yang kita tampilkan di website masyarakat juga harus mengerti dan mudah-mudahan juga website Dispora akan terus menerus aktif dan siapapun pengelolanya akan terus berjalan.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau harapan sih mudah-mudahan tampilannya menarik, informasinya selalu update, banyak di akses, tenaga SDM kita ditambah lagi. Itu aja sih.”</i>
I _{3.3}	<i>“Harapannya, website Dispora bisa lebih baik dan lebih banyak dikunjungi, bisa bermanfaat bagi masyarakat juga bagi Nusa dan Bangsa.”</i>
I ₄	<i>“Lebih variatif, terutama dari segi tampilannya biar ga gitu-gitu aja, biar pengunjung juga tertarik dan ga bosan.”</i>
I ₅	<i>“Tentunya yang pertama informasinya harus up to date pada setiap kegiatan yang ditampilkan karena saat ini masyarakat menggunakan media sosial. Ini kan bisa di link kan ke media sosial. Jadi harus real time misalkan kegiatan hari ini harus dipublish hari ini, menit ini juga dan detik ini juga karena masyarakat sudah sangat cepat mengakses. Dari segi tampilan secara keseluruhan baik. Dan saya rasa lebih kepada infrastrukturnya, kalau infrastruktur dari pengelolaan website ini yang berpusat di Kominfo harus mampu menampung berapa banyak orang yang mengakses dalam waktu yang bersamaan. Tampilan secara umum bagus, ada semacam ornamen-ornamen yang khusus tentang olahraga ya dan kepemudaan.”</i>
I ₆	<i>“Harapan saya sih biar lebih banyak pengunjung apalagi biar cepet tersebar di sekolah juga. Guru juga ga tau kalau dia ini atlet. Teman-teman juga ada yang tahu dan ada juga yang belum.”</i>

Sumber: Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.50, harapan-harapan informan terhadap pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id adalah agar ke depannya pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id menjadi lebih baik dari semua segi, baik dari tampilannya, isi informasinya, dan manfaatnya.

Demikian, berdasarkan triangulasi informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator sikap, *website* dispora.bantenprov.go.id sudah cukup baik, dilihat dari sikap pengunjung dengan merespon positif terhadap *website* dispora.bantenprov.go.id, sehingga dapat membentuk citra positif Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

Selain itu berdasarkan triangulasi pertanyaan ke-1 sampai dengan pertanyaan ke-50, diketahui terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id cukup optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Faktor-faktor pendukung tersebut, diantaranya: komitmen pimpinan dan staf pengelola *website*; jumlah pengunjung *website* yang cukup banyak dengan respon positif. Adapun, faktor-faktor penghambat tersebut, diantaranya: kurangnya SDM pengelola *website*; kurangnya pendidikan dan pelatihan tentang pengelolaan *website*, kurangnya instrumen pendukung untuk peliputan kegiatan; informasi yang kurang *update*; dan masalah jaringan tergantung pada server induk.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengelolaan *Website* dispora.bantenprov.go.id dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, maka peneliti membuat kesimpulan bahwa pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id cukup optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, walaupun masih terdapat kekurangan dalam pengelolaan *website* dsipora.bantenprov.go.id.

Selain itu, terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat pengelolaan *website* dispora.bantenprov.go.id cukup optimal dalam meningkatkan citra Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten. Faktor-faktor pendukung tersebut, diantaranya: komitmen pimpinan dan staf pengelola *website*; jumlah pengunjung *website* yang cukup banyak dengan respon positif. Adapun, faktor-faktor penghambat tersebut, diantaranya: kurangnya SDM pengelola *website*; kurangnya pendidikan dan pelatihan tentang pengelolaan *website*, kurangnya instrumen pendukung untuk peliputan kegiatan; informasi yang kurang *update*; dan masalah jaringan tergantung pada server induk.

Adapun simpulan pada masing-masing teori adalah sebagai berikut :

1. Setiap link yang ditawarkan *online (no dead links)*
Website dispورا.bantenprov.go.id sudah baik dalam indikator tersebut karena setiap *link* yang ditawarkan sudah *online* dan aktif, dan juga pengguna tidak merada kesulitan untuk mengakses *links*.
2. Tersedia kontak informasi (*contact information*)
Website dispورا.bantenprov.go.id sudah memiliki kontak informasi untuk komunikasi dengan pengakses. Selain itu, pengelola *website* dispورا.bantenprov.go.id merespon permintaan pengakses dengan baik dengan waktu respon pada saat jam kerja, baik itu permintaan informasi, saran, dan kritik. Pada indikator ini, *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat dikatakan sudah baik dan dianggap profesional.
3. Penataan penempatan informasi (*placement of information*)
 Penataan penempatan informasi (*placement of information*) pada *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik, dimana berita atau informasi yang baru ditempatkan di sisi layar sebelah kiri mengikuti gerakan membaca dari kiri ke kanan. Selain itu jika jaringan baik, menu dan informasinya mudah diakses dengan cepat, baik melalui media laptop atau komputer maupun melalui *handphone* android.
4. Pewarnaan (*use of color*)
Website dispورا.bantenprov.go.id sudah baik dalam pewarnaan, dimana memungkinkan isi pesan dalam layar *website* dapat dengan mudah dibaca

dan tidak mengganggu upaya penyampaian informasi.

5. Mudah penggunaan.

Pada indikator mudah penggunaan, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik, dimana setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous and forward levels*) dan pengakses juga bisa kembali ke *homepage*.

6. Bertujuan.

Tujuan *website* dispورا.bantenprov.go.id adalah sebagai *presence model*, yaitu digunakan untuk alat promosi, dan *informational model*, yaitu digunakan untuk publikasi informasi, termasuk informasi untuk pers.

7. Persepsi

Persepsi dari informan-informan penelitian adalah cukup baik dan positif walaupun masih terdapat kekurangan dalam pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id, baik dari segi tampilan dan kebutuhan informasi pengunjung.

8. Kognisi

Pada indikator kognisi, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik karena memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pengunjung dan juga masyarakat tentang informasi yang aktual dan menghindari *hoax*, serta keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id yang dianggap sangat penting.

9. Motivasi

Pada indikator motivasi, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah baik dalam menarik pengunjung, dimana jumlah pengunjung dalam satu bulan dapat mencapai 4.000 pengunjung. Tentunya setiap pengunjung memiliki motif atau kepentingan yang berbeda-beda dalam mengakses *website* dispورا.bantenprov.go.id, tergantung pada kebutuhan masing-masing individu.

10. Sikap

Pada indikator sikap, *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah cukup baik, dilihat dari sikap pengunjung dengan merespon positif terhadap *website* dispورا.bantenprov.go.id, sehingga dapat membentuk citra positif Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti memberikan saran:

1. Perlu peningkatan koordinasi dengan Dinas Komunikasi Informasi, Statistik dan Persandian (Kominfo) Provinsi Banten terkait dengan masalah jaringan dan perubahan tampilan *website* agar lebih menarik.
2. Perlu peningkatan dalam *update* informasi pada *website*.
3. Perlu penambahan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *website* yang sesuai dengan kualifikasi pendidikan.
4. Perlu peningkatan pendidikan dan pelatihan pada pengelola *website* tentang pengelolaan *website*.
5. Perlu penambahan instrumen pendukung peliputan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assayyida, Yanita Andini. 2016. *Penggunaan Website takalarkab.go.id sebagai Media Informasi Publik dalam Mendukung E-Government di Kabupaten Takalar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Barnes and Vidgen. 2002. *An Integrative Approach to the Assesment of E-Commerce Quality, Journal of Electronic Commerce Research Vol.3*.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dianingtyas, Bendecta Salindri. 2014. *Pengaruh Kualitas Website terhadap Citra Pemerintah Kab. Wonogiri*. Yogyakarta: UAJY.
- Dimiyati, Idi dkk. 2007. *Mengelola Humas Pemerintah: Tinjauan Ringkas Biro Humas Pemrov Banten*. Serang: Biro Humas Setda Provinsi Banten.
- Febrian, Jack. 2003. *Menggunakan Internet*. Jakarta: Informatika.
- Gusni, Nurhadiami. 2016. *New Media dalam Proses Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pengelolaan www.tribratanewsjogja.com)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Hawkins, D. I et al. 2000. *Consumer Behavior: Building Market Strategy 8th Edition*. Boston: Mc Graw Hill.
- Indarwati, Puji. 2012. *Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra (Studi Kualitatif Kegiatan Cyber PR melalui Website Rumah Sakit Islam Klaten Tahun 2011)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Indrajit, Richardus Eko. 2004. *Electronic Government: Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: ANDI.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Depok: Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.

- Kasemin, Kasiyanto. 2015. *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi: Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- . 2008. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Miles, Matthew., Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru)*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Edisi Revisi: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar., Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Pace, R. Wayne., Don F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purnomo R, Ario. 2013. *Pemanfaatan Website sebagai Media Kehumasan di Pemerintahan Daerah Kab. Gunung Kidul*. Yogyakarta: UAJY.
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rasul, Juharis. 2008. *Teknologi Infromasi dan Komunikasi, Bagian 2 SMA Kelas XI*. Jakarta: Quadra.
- Rinawati, Dominikus Tulasi. 2012. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter @binus_univ terhadap Efektifitas Komunikasi Mahasiswa Binus Marketing Communication Public Relations Angkatan 2008*. Jakarta: BINUS.
- Romli, Khomsahrial. 2014. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo.

- Ruslan, Rosady. 2008. *Etika Kehumasan: Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Salam, Sausan Saidah. 2016. *Pengaruh Kualitas Websitte (tangerangkab.go.id) terhadap Citra Pemerintah Kabupaten Tangerang*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Soemirat, Soleh., Elvinaro Ardianto. 2016. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. 2013. *Membangun Citra dengan Metode Public Relations*. Bandung: Arfino Raya Bandung.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Usman, Husaini., Purnomo Setiady A. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi PR*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yuhefizar, Moduto., Rahmat Hidayat. 2005. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peraturan Perundang-undangan:

Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government.

Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2001 Tentang Pengembangan dan Pendayagunaan Telematika (Telekomunikasi, Media, dan Informatika) di Indonesia.

UUD 1945.

UU Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dokumen:

Data *Website* Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Provinsi Banten, sampai dengan Bulan Mei Tahun 2018. Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Provinsi Banten. Data diperoleh peneliti Rabu, 02 Mei 2018 Pukul 09.30 WIB.

Laporan Akhir Tahun Anggaran 2017 Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Tahun 2017.

Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPj) Tahun Anggaran 2017 Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Tahun 2018.

Profil OPD Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Tahun 2017.

Rencana Strategis Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten Tahun 2017-2022.

Sumber lain:

Berita Transparansi. 07 Desember 2017. *Ini Daftar Badan Publik di Pemprov Banten Raih Keterbukaan Informasi.* <https://www.beritatransparansi.com/ini-daftar-badan-publik-di-pemprov-banten-raih-keterbukaan-informasio/>. [Diakses 19 April 2017].

Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tahun 2017.

Top Media. 20 Desember 2016. *Provinsi Banten Peringkat Keempat Keterbukaan Informasi Publik.* [https://topmedia.co.id/provinsi-banten-peringkat-keempat-keterbukaan-informasi-\[publik/](https://topmedia.co.id/provinsi-banten-peringkat-keempat-keterbukaan-informasi-[publik/). [Diakses 19 April 2018]



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: 1. Administrasi Publik
 2. Ilmu Komunikasi
 3. Ilmu Pemerintahan

Jalan Raya Jakarta KM.4 Phone (0254) 280330 Ext. 228, Fax. 0254-281245 Pakupatan Serang Banten
 url: <http://www.fisip-untirta.ac.id>, Email: kontak@fisip-untirta.ac.id

Nomor : /UN.43.6.2/PG/2018
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Mencari Data

30 Mei 2018

Kepada Yth.
 Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten
 di
 Tempat

Dengan Hormat,
 Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan riset mahasiswa kami di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini memberikan tugas kepada mahasiswa berikut ini untuk mencari data yang dibutuhkan,

Nama : Ayu Fazriyani
 NIM : 6662110582
 Semester : 14
 Mata Kuliah : Skripsi
 Judul : Pengelolaan Website dispورا.bantenprov.go.id Dalam Meningkatkan Citra Dinas Kepemudaan Dan Olahraga Provinsi Banten
 Data diperlukan : Wawancara Penelitian

Untuk itu kami berharap dan memohon kepada Bapak/ Ibu untuk dapat **memberikan izin guna mencari data** yang dibutuhkan mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
 Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
 NIP. 196810192005012001

NO	ORGANISASI PERANGKAT DAERAH	DOMAIN	LAST UPDATE	KETERANGAN (BERITA YANG DI UPDATE)
1	Dinas Pertanian	dispertan.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 17 Maret 2018	Dinas Pertanian Gelar Validasi Dan Verifikasi Data Peternakan
2	Dinas Pertanian	sicdp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 18 Maret 2016	Bimbingan Teknis Pengelolaan Gudang CPP
5	Dinas Pertanian dan Peternakan	distanak.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 17 Maret 2018	Dinas Pertanian Gelar Validasi Dan Verifikasi Data Peternakan
6	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	setkipd.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 02 Desember 2016	Bidang Isi Siaran Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Banten
14	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	virtualtour.bantenprov.go.id	-	-
17	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	diskominfo.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 01 Maret 2018	Gubernur Peringatan Asn Yang Belum Profesional
21	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Penerapan Berobat Gratis Banten Tunggal Peraub
24	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	humasprotokol.bantenprov.go.id	-	-
31	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	komiisinformasi.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 02 Februari 2018	Sengketa Informasi Mengenai Dpa Skpd Dinyatakan Gugur
33	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	kpid.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 21 Desember 2017	Apresiasi Pen siaran Televisi, Radio, Kpid Banten Manfaatkan Gedung Aspirasi Rakyat
35	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	penyelenggaraapos.dishubkominfo.bantenprov.go.id	-	-
37	Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian	mpid.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 17 Oktober 2017	Gubernur Banten Hadiri Pelantikan Anis - Sandi Sebagai Gubernur Dan Wakil Gubernur Dki Jakarta
52	Dinas Perhubungan	infomodik.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 17 Oktober 2017	Data Posko Angkutan Lebaran Tahun 2017 / 1438 H
54	Dinas Perhubungan	pelabuhan.dishubkominfo.bantenprov.go.id	-	-
56	Dinas Perhubungan Provinsi Banten	dishub.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Analisis Dampak Lintas Pembangunan Sdn Pondok Pacung 1
57	Dinas Perhubungan Provinsi Banten	dishubkominfo.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 20 April 2017	Bimbingan Teknis Tata Cara Penyusunan Dan Pengelolaan Tata Naskah Dinas Tahun 2016
59	Dinas Kepemudaan dan Olahraga	dispora.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 14 Maret 2018	Rapat Persiapan Seleksi Perukaran Pemuda Antar Negara
60	Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral	distamben.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 12 Desember 2018	Kompetensi Tenaga Teknik Merupakan Baigan Dari Keselamatan Ketenagalistrikan
64	Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral	desdm.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 12 Desember 2018	Kompetensi Tenaga Teknik Merupakan Baigan Dari Keselamatan Ketenagalistrikan
65	Dinas Kelautan dan Perikanan	dkp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 23 Maret 2018	Dkp Banten Melatih 40 Orang Masyarakat Pesisir
66	Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan	dilh.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 14 Maret 2018	Luas Kawasan Hutan Dan Perairan Kab/Kota Di Provinsi Banten Tahun 2017
70	Dinas Ketenaga Kerjaan dan Transmigrasi	bursakerja.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Oktober 2017	Gelar Job Fair, Bea Cukai Tangerang Diserbu Ribuan Pencari Kerja
71	Dinas Ketenaga Kerjaan dan Transmigrasi	disnakertrans.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 23 Maret 2018	Ciptakan Wirausaha Baru Disnaker Kota Tangerang Gelar Fasilitas Pemberdayaan/Pengembangan Tenaga Kerja Mandiri
74	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	dp3akb.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 21 Oktober 2017	Hut Banten Ke 17, Wahidin Berharap Tidak Ada Laji Out
75	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	kpa.bantenprov.go.id	Dalam Proses Maintenance	-
76	Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Kependudukan dan Keluarga Berencana	selamatanibudnababi.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Desember 2015	Program Sjiariemans Turunkan Kematian Ibu Dan Bayi
79	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	dpk.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Kurikulum Dan Gerakan Literasi Sekolah
80	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	jikp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 12 Februari 2018	Tk Babin Schol Kee, Ciracas Kota Serang Nonton Film
81	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	bpad.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Kurikulum Dan Gerakan Literasi Sekolah
82	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	dpmdd.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 26 Maret 2018	Nota Kesepahaman Pembangunan Dan Pengembangan Perpustakaan Desa
83	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	bppmd.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 26 Maret 2018	Nota Kesepahaman Pembangunan Dan Pengembangan Perpustakaan Desa
84	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	prodeskel.bantenprov.go.id	-	-
85	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	dpmptsp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Industri Petrokimia Jadi Incaran Investor
87	Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah	dppkd.bantenprov.go.id	-	-
88	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang	dpupr.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 10 Januari 2018	Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Provinsi Banten Melakukan Penataan Trotoar Dan Median Jalan Di Kota Serang
89	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang	dbmtr.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 10 Januari 2018	Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Provinsi Banten Melakukan Penataan Trotoar Dan Median Jalan Di Kota Serang
91	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Provinsi Banten	sidalparu.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Ruang Dalam Bingkai Etika
93	Dinas Ketahanan Pangan	disketangp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 September 2017	Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Banten Gelar Forum Perangkat Daerah Tahun 2017
97	Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman	perkim.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 22 Maret 2018	Penyelenggaraan Perumahan Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Yang Berkualitas, Berkelanjutan Dan Berkead
98	Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman	dsdap.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 22 Maret 2018	Penyelenggaraan Perumahan Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Yang Berkualitas, Berkelanjutan Dan Berkead
102	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan	sarprasismk.dindikbud.bantenprov.go.id	-	-
103	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan	dindikbud.bantenprov.go.id	-	-
104	Dinas Kesehatan	dinkes.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 23 Maret 2018	Wujudkan Sekolah Gratis, Bosda Smkn Periode Januari-Maret Ditransf Ke Rekening Sekolah
107	Dinas Perhutanan dan Perkebunan	dishutban.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 26 Maret 2018	The Ada Disekitar Kita: Kenali Gejalanya, Temukan Dan Obati Sampai Sembuh
108	Dinas Pariwisata	dishudpar.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 19 Maret 2014	Rencana Umum Pengadaaan (RUP) Dishutban Prov. Banten T.A 2014
109	Dinas Pariwisata	dispar.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Wisata Alam Di Danau Talanca Malinau
111	Dinas Pariwisata	visit.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Wisata Alam Di Danau Talanca Malinau
112	Dinas Koperasi dan UKM	dinkopukm.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 05 Maret 2018	Rapat Forum Renja Opd Dinas Koperasi Dan Ukm Provinsi Banten
113	Dinas Sosial	dinsos.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 20 Maret 2018	Mensos Dan Wagub Bawa Jemput Warga Yang Mengalami Gizi Buruk Ke Rsud Banten
115	Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia	litbang.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 19 Oktober 2016	Aplikasi Pintar Baca Kondisi Cuaca Dan Sakit
117	Badan Kesatuan Bangsa dan Politik	kesbangpol.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 25 Agustus 2017	Hasil Pleno Kpu Banten, Wh-Andika Unggul Dengan Selisih Suara 1,90%
120	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah	rttrw.bappeda.bantenprov.go.id	-	-
121	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah	bappeda.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 02 Februari 2018	Kemensos Kembali Kirim Tjga Ton Bantuan Ke Asmat
128	Badan Kepegawaian Daerah	bkd.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Pelantikan Pejabat Eselon Ii Hasil Open Biddine Di Lingkungan Pemerintahan Provinsi Banten Tanggal 12
137	Badan Penanggulangan Bencana Daerah	bpbdb.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 24 Januari 2018	Dampak Gempa Banten Mag 6.4 Sr
139	Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah	bpkad.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Pemprov Banten Serahkan Lkpd 2017 Tepat Waktu
140	Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah	bapenda.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Susun Renstra, Bapenda Target Pendapatan Naik 7 Persen
141	Badan Koordinasi dan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu	bkpmpt.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 19 Januari 2018	-
142	Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan	bkpp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 24 April 2015	Forum Skpd Badan Ketahanan Pangan Dan Penyuluhan Provinsi Banten Tahun 2015
144	Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Daerah	bpsdmd.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 20 Maret 2018	Studi Banding Bpsdmd Provinsi Sumatera Barat Ke Bpsdmd Provinsi Banten
146	Balai Pelayanan pendidikan Non Formal Dinas Pendidikan	bpnpf.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 20 september 2013	Internet Akan Gantikan Sistem Pendidikan Non-Formal?
147	Balai Kesehatan Kerja Masyarakat	bkkn.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 13 Agustus 2017	Peneliti Gunakan Cahaya Untuk Obati Kanker Prostat Stadium Awal
148	Biro Administrasi Pembangunan Daerah	biroadpdm.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 19 Maret 2018	Rapat Koordinasi Pengendalian Pembangunan Bantuan Keuangan Provinsi Banten Th 2018
153	Biro Bina Perekonomian	biroekonomi.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 21 Mei 2017	Rapat Pilot Project/Percontohan Pengembangan Ekonomi Banten Klaster Ekonomi Minapolitan Kabupaten Serang
154	Biro Bina Infrastruktur dan sumber daya alam	biroids.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 23 Maret 2018	Terzanggu Suara Kereta Api, Stasiun Bmkg Tangerang Direlokasi
155	Biro Kesejahteraan Rakyat	birokesra.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 20 Maret 2018	Struktur Organisasi Biro Kesra Setda Provinsi Banten
156	Biro Organisasi	biroorganisasi.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 28 Maret 2018	Penyusunan Analisa Jabatan, Analisa Beban Kerja, Evaluasi Jabatan Di Lingkungan Pemerintahan Provinsi Banten
157	Biro Pemerintahan	biropemerintahan.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 19 Mart 2018	134 Pemdatk Bisa Ajukan Tambahan Formasi Cpn
158	Biro Perlengkapan dan Aset	biroperlengkapanaset.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 03 November 2015	Gubernur Sambut Kedatangan Presiden Finlandia
159	Biro Umum Sekretariat Daerah	birooum.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 21 Maret 2018	Dmptsp Banten Transnaran Dalam Pelvanan Perizinan
160	Biro Administrasi Rumah Tangga Pimpinan	biroartp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 29 Maret 2018	Wagub Rekomendasikan Empat Isu Strategis Pada Rakergub FKD MPU
161	Biro Hukum sekretariat Daerah	birohukum.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 26 Oktober 2016	Delapan Kabupaten/Kota Resmi Menyerahkan P2D Kepada Pemprov Banten
163	Dewan Riset Daerah	d4d.bantenprov.go.id	-	-
164	Inspektorat Provinsi	inspektat.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 12 Oktober 2017	Bimbingan Teknis Mutaritus Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPP)
165	RSU Malinau	rsudmalinping.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 17 Oktober 2017	Akreditasi Ujaya Mempertahankan Mutu Pelayanan Kesehatan
167	Rumah Sakit Umum Daerah Provinsi Banten	rsud.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 29 Maret 2018	Waspadai Perubahan Cuaca Terhadap Kesehatan
168	Sekretariat Daerah	pkk.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 8 Agustus 2017	Gubernur Inisi Program Pkk Sinerji Dengan Pemprov Banten
169	Satuan Polisi Pamong Praja	satpolpp.bantenprov.go.id	Update berita terakhir 24 Januari 2018	Perbaiki Rumah Usai Gempa, Pria Di Lebak Keserum
170	Sekretariat DPRD	setdprd.bantenprov.go.id	Update Berita terakhir 10 Januari 2018	Komisii Dan Iv Sampaikan Jawaban Pemandangan Umum Fraksi

KETERANGAN TABEL



WEBSITE TIDAK AKTIF



POSISI SERVER DILUAR KOMINFO



MILIK TIM DEV APLIKASI



TIDAK ADA KONTEN



WEBSITE LAMA



REDIRECT KE SSL

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN
“PENGELOLAAN WEBSITE dispora.bantenprov.go.id
DALAM MENINGKATKAN CITRA DINAS KEPEMUDAAN DAN
OLAHRAGA PROVINSI BANTEN”

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data penelitian, peneliti menyusun pedoman wawancara penelitian yang akan digunakan dalam wawancara dengan informan penelitian. Peneliti bersifat netral dan akan menjaga kerahasiaan informan penelitian.

Informan:

1. Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.
2. Kepala Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten.
3. Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai pengelola *website* dispora.bantenprov.go.id.
4. Organisasi Kepemudaan di Provinsi Banten.
5. Atlet Provinsi Banten.
6. Dosen sebagai pengamat

Pertanyaan:

1. Pengelolaan Website

a. No dead links

- Apakah anda mengetahui *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah anda pernah mengunjungi/mengakses *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Sosial media apa saja yang dimiliki oleh Dispora selain *website*?
- Apakah semua sosial media itu aktif?
- Apakah semua sosial media itu terhubung (*link*) di *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah terdapat *link* yang tersambung dengan *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- *Link* apa saja yang terdapat dalam *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah *link* masih aktif dan dapat diakses?
- Apakah *link* tersebut dapat diakses dengan cepat?
- Dapatkah *link* diakses menggunakan media *handphone*?

b. Contact information

- Apakah pada *website* dispورا.bantenprov.go.id terdapat kontak informasi tentang Dispora?
- Kontak apa saja yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah anda pernah meminta informasi pada *website* dispورا.bantenprov.go.id melalui kontak informasi?
- Apakah kontak tersebut dapat dengan mudah dihubungi?
- Informasi apa saja yang menjadi permintaan dari pengunjung/pengakses?
- Bagaimana respon pengelola (*user*) dalam menanggapi permintaan dari pengunjung/pengakses?
- Apakah permintaan pengakses dijawab atau tidak?

- Berapa lama waktu untuk tindak lanjut permintaan dari pengunjung/pengakses?

c. Placement of information

- Bagaimana mengatur penempatan informasi pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Menu apa saja yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Informasi apa yang ditempatkan di sisi kiri layar *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah informasi penting ditempatkan di sisi kiri layar *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah informasi penting lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung/pengakses?
- Apakah informasi seperti berita dan artikel mudah diakses dengan cepat?
- Apakah terdapat perbedaan letak informasi ketika diakses melalui *handphone* dan komputer atau laptop?

d. Use of color

- Bagaimana komposisi warna dalam *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah warna dominan yang digunakan pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah ada arti atau maksud tertentu dari komposisi warna pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah warna kontras antara tulisan dengan *background* yang digunakan pada *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat dengan mudah dibaca oleh pengunjung/pengakses?

e. Mudah Penggunaan

- Apakah *website* dispora.bantenprov.go.id muncul pada urutan paling atas pada mesin pencarian *google*?
- Bagaimana fungsi *back* dan *next* pada *website* dispora.bantenprov.go.id?
- Apakah alamat *link* sudah akurat jika di *share*?
- Apakah setiap menu pada *website* dispora.bantenprov.go.id sudah berfungsi secara maksimal?
- Apakah *website* dispora.bantenprov.go.id dapat dengan mudah diakses melalui *handphone*?
- Apakah terdapat hambatan dalam mengakses *website* dispora.bantenprov.go.id?

f. Bertujuan

- Apakah tujuan pembuatan *website* dispora.bantenprov.go.id?
- Bagaimana informasi yang terdapat pada *website* dispora.bantenprov.go.id?
- Berapa kali dalam seminggu berita/artikel dalam *website* di *update*?
- Apakah terdapat promosi pada *website* dispora.bantenprov.go.id?
- Apakah terdapat kepentingan komersial pada *website* dispora.bantenprov.go.id?
- Apakah informasi yang terdapat pada *website* dispora.bantenprov.go.id digunakan sebagai informasi atau referensi bagi pihak pers?
- Saran apa saja dari pengunjung/pengakses pada *website* dispora.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam email *website*?
- *Complain* apa saja dari pengunjung/pengakses pada *website* dispora.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam email *website*?

2. Pembentukan Citra

a. Persepsi

- Apakah anda mengetahui *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah anda pernah mengunjungi *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Informasi dan menu apa yang anda akses pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah informasi yang anda butuhkan tersedia pada *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Bagaimana pandangan terhadap *website* dispورا.bantenprov.go.id?

b. Kognisi

- Apakah anda tertarik untuk mengunjungi *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi/mengakses *website* dispورا.bantenprov.go.id, baik dari segi informasi, tampilan, dan sebagainya?
- Apakah informasi yang terdapat pada *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat dipercaya dan menghindari *hoax*?
- Seberapa penting keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id bagi anda?

c. Motivasi

- Apa motif/kepentingan/tujuan anda dalam mengakses atau mengunjungi *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Berapa banyak pengunjung *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apa saja faktor-faktor yang mendukung pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id?

d. Sikap

- Apakah keberadaan *website* dispورا.bantenprov.go.id berdampak baik bagi citra Dispora Provinsi Banten?
- Apakah dengan adanya *website* dispورا.bantenprov.go.id meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten? Citra seperti apa yang terbentuk?
- Apakah dilakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apa saja faktor-faktor yang menghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Bagaimana dengan SDM pengelola *website*? Apakah sudah sesuai dengan pendidikan? Apakah jumlahnya dirasa sudah cukup?
- Bagaimana dengan informasi di *website*? Apakah menurut anda sudah optimal?
- Bagaimana dengan tampilan *website*? Apakah menurut anda sudah baik?
- Bagaimana dengan instrumen pendukung dalam peliputan kegiatan? Apakah menurut anda sudah terpenuhi?
- Apakah sudah ada rencana untuk menampilkan siaran langsung atau *streaming* pada *website*?
- Apa saja yang telah dilakukan untuk meminimalisir faktor-faktor penghambat pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Sejauh ini, upaya apa saja yang dilakukan dalam pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Sejauh ini, upaya apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten?
- Apakah dengan adanya *website* dispورا.bantenprov.go.id banyak pengunjung yang merespon positif atau negatif mengenai citra Dispora Provinsi Banten?
- Citra positif yang seperti apa yang terbentuk?
- Citra negatif seperti apa yang terbentuk?

- Bagaimana sikap dalam merespon citra negatif terhadap Dispora Provinsi Banten?
- Apakah pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id sudah sesuai dengan visi dan misi Dispora Provinsi Banten?
- Apakah pengelolaan *website* dispورا.bantenprov.go.id dapat meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten?
- Setelah mengunjungi *website* dispورا.bantenprov.go.id, bagaimana citra yang terbentuk dari anda? Apakah citra positif atau negatif?
- Saran apa yang bisa anda berikan untuk perbaikan *website* dispورا.bantenprov.go.id?
- Apa harapan anda ke depannya mengenai *website* dispورا.bantenprov.go.id?

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I

Pembimbing II

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	10/3/2015	Revisi Bab I	
	23/6/2015	Revisi Bab I	
	23/6/2015	~~~~~	
	4/8/2015	Revisi CBM Bab I Revisi isenografi & operasionalkan variabel	
	28/9/2015	Bab I - II	
	4/5-2015	Penyusunan I - III Ace outline	J.
	9/5/10	Ace abtbe	
	20/5/10	Bab IV	

Catatan: Jumlah setiap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (tujuh) dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali setiap muka.

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
		Revisi Bab I, II, III	J.
		Bab IV	J.
		Uraian cara informasi	J.
		Langkah uraian informasi	J.
		Analisis data	J.
		Revisi analisis data Langkah Bab V	J.
	13-18 7	Ace sidang skripsi	J.

Catatan: Jumlah setiap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (tujuh) dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali setiap muka.

MATRIK HASIL WAWANCARA SEBELUM REDUKSI DATA

Q I	I _{1.1}
Q ₁	<p>Apa tupoksi ibu sebagai Sekretaris Dispora dalam pengelolaan website Dispora?</p> <p><i>“Akhir Januari 2017 sampai sekarang. Kalau saya kan tanggung jawabnya terhadap pembinaan aparatur dan membantu Kepala Dinas. Dalam pengelolaan web ini memang fungsi besarnya ada di Sekretaris karena menurut UU No. 14 Tahun 2008 bahwa PPIP pembantunya ada di Sekretaris, disitu bahwa semua OPD diwajibkan untuk mempublikasikan semua informasi lewat web nya masing.masing. Dalam hal ini kan Dispora sudah memiliki web nya. Mungkin untuk satu tahun terakhir ini web tidak ada update ya dan fungsi saya dalam penuangan penayangan berita semua acc nya melalui saya sehingga tidak sembarangan dalam menayangkan isi dari web itu.</i></p>
Q ₂	<p>Menurut ibu, apa fungsi website bagi dinas?</p> <p><i>“Dengan keterbukaan informasi ini masyarakat berhak mengetahui informasi karena untuk saat ini semua mengaplikasikan dalam bentuk e-elektronik. Mungkin ada interest nya juga ya terkait e-government itu terkait pengelolaan pemerintahan yang baik semua informasi harus cepat tepat didapatkan oleh masyarakat”.</i></p>
Q ₃	<p>Apakah pengelolaan website Dispora sudah optimal?</p> <p><i>“Ya cukup baik menurut saya karena saya kan ya mengelola.”</i></p>
Q ₄	<p>Apakah pernah ada komplain terkait website Dispora?</p> <p><i>“Sampai saat sekarang sih belum.”</i></p>
Q ₅	<p>Apakah pengelolaan website Dispora sudah sesuai dengan visi dan misi Dispora?</p> <p><i>“Sudah.”</i></p>
Q ₆	<p>Apakah pengelolaan website Dispora dapat meningkatkan citra Dispora?</p> <p><i>“Harusnya lebih baik lagi. Ya kan program kerja kita bisa terlihat oleh masyarakat bahwa Dispora juga berhasil, apalagi dalam bidang kepemudaan dan olahraga jadi masyarakat bisa tahu apa yang telah dilakukan Dispora selama ini.”</i></p>

Q ₇	<p>Saran ibu terhadap website Dispora?</p> <p><i>“Yang pasti akan ditingkatkan dari isi-isi website tersebut agar masyarakat juga tertarik untuk melihat web nya Dispora.”</i></p>
Q ₈	<p>Apa harapan ibu untuk website Dispora kedepannya?</p> <p><i>“Website yang memang orang-orang tidak bosan untuk melihat web nya Dispora.”</i></p>

Keterangan : I_{1.1} = Sekretaris Dispora Provinsi Banten

Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 11 Juli 2018,
Pukul 14.29 WIB s.d selesai, di kantor Dispora Provinsi
Banten.

Q I	I ₂
Q ₁	<p>Sudah berapa lama Bapak menjadi Kasubag PEP di Dispora? <i>“Baru jalan satu setengah tahun.”</i></p>
Q ₂	<p>Bagaimana tugas atau tupoksi bapak seperti apa khususnya dalam pengelolaan website? <i>“Saya berbicara dari segi PEP nya dulu supaya jelas, perencana jadi kegiatannya itu mengolektif menghimpun program-program kegiatan yang ada di Dispora ini. Tentunya dari masing-masing bidang kita himpun, sekaligus juga disini kita dengan keuangannya termasuk dengan penganggarannya. Selanjutnya juga dalam perjalanan waktunya juga mengevaluasi dan juga membuat report atau pelaporan. Nah PPID sendiri merupakan bagian dari PEP yang kegunaannya salah satu untuk informasi dari Dispora ke dunia luar terutama kepada stakeholder. Karena kan secara umum itu, website itu dipahami sebagai sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa halaman yang berisi informasi dalam bentuk digital. Baik dalam bentuk teks gambar, animasi yang disediakan dengan melalui jaringan internet sehingga dapat diakses dari berbagai tempat.”</i></p>
Q ₃	<p>Untuk yang menangani website disini ada berapa orang? <i>“Kita yang menangani khusus, kurang lebih ada tiga orang. Mulai dari operator, terus bagian input, termasuk bagian lapangan.”</i></p>
Q ₄	<p>Apakah jumlah tersebut di rasa cukup? <i>“Kalau pas, itu tentatif yah. Kalau pas kegiatannya bentrok atau berbarengan karena di kita tuh ada 28 kegiatan. Satu kegiatan ada beberapa kegiatan lagi. Bisa seratusan lebih. Kalau pas lagi berbarengan kita memang kekurangan.”</i></p>
Q ₅	<p>Seperti apa untuk teknisnya, dari mulai peliputan hingga akhirnya tayang? <i>“Pertama kita menyadap informasi dulu kalau kita kan PPTK yah kapan dan dimana tempatnya. Barulah dari situ pas pelaksanakannya staf saya langsung turun ke lapangan begitu mensurvei juga meliput. Setelah dari peliputan itu kita olah, kita edit barulah dimasukan ke website dan akhirnya bisa disebarluaskan kepada masyarakat.”</i></p>

Q ₆	<p>Konten atau menu apa saja yang ada di website Dispora? <i>“Kalau di Dispora kita buka di https://dispora.bantenprov.go.id/ itu pertama ada profil mulai dari kata sambutan terus visi misi para pejabat, struktur organisasi, kalau dikolom news atau berita karena kita membidangi kepemudaan dan olahraga beritanya tentang pemuda dan olahraga. Terus ada gallery nya ada foto dan video kemudian untuk informasi ada agenda, pengumuman-pengumuman dan yang penting adalah data sektoral. Nah apa itu data sektoral? Suatu data yang menjadi kewenangan Dispora mendata tentang kepemudaan dan keolahragaan. Jadi bisa di lihat jumlah organisasi kepemudaannya ada berapa. Tentunya juga atlit dibidang keolahragaan.”</i></p>
Q ₇	<p>Informasi apa yang paling banyak dikunjungi? <i>“Hampir sama ya, tapi tahun ini tentang olahraga yah.”</i></p>
Q ₈	<p>Ada berapa banyak pengunjung website Dispora? <i>“Nah kalau dari jam kerja tidak kurang dari 60 hingga 70 an dalam satu hari kalau sampe satu bulan tinggal kalikan saja 30 yah. Sebagai catatan yah seminggu ini kita udah ada di atas seribu nah berarti kurang lebih ada empat ribuanlah sebulan.”</i></p>
Q ₉	<p>Selain website, apakah ada media informasi lain gak yang di kelola oleh Dispora? <i>“Memang banyak sekali yah medsos sekarang, kita ada facebook ada whatsapp tapi sekarang kita lebih ke WA karena kita dari pimpinan sampai staf bisa menyeluruh tapi itu untuk internal yah.”</i></p>
Q ₁₀	<p>Kemudian terkait dengan kontak informasi, apakah mudah dihubungi? Kontak apa saja yang tersedia? Apakah ada emailnya? <i>“Ya, kita ada contact person, email PPID juga, atau bisa langsung ke sekretariat kita.”</i></p>
Q ₁₁	<p>Kemudian, apakah nanti direspon jika ada yang meminta informasi? <i>“Tentu saja namanya kan sekarang sudah keterbukaan informasi publik, jadi sudah ada Undang-undangnya. Khawatir ada sanksinya bagi badan publik atau pejabat yang tidak bisa memberikan informasi publik. Tapi tentunya informasi-informasi yang positif. Selama itu untuk kepentingan bersama kita welcome.”</i></p>
Q ₁₂	<p>Berapa lama meresponnya? <i>“Rasanya ada yah aturannya 14 hari kerja namun kalau kita secepatnya yah kita tanggapi.”</i></p>
Q ₁₃	<p>Apa tujuan pembuatan website Dispora? <i>“Seperti yang sudah saya kemukakan tadi bahwa website merupakan sajian layanan informasi yang menggunakan konsep hyperlink untuk memudahkan baik untuk pengguna maupun publik. Jadi bisa untuk memberikan informasi.”</i></p>

Q ₁₄	<p>Apakah menu-menu di website menurut Bapak sudah optimal, termasuk tampilan dan informasinya?</p> <p><i>“Saya rasa sudah bagus semua kecuali kalau ada masalah jaringan di luar dari kemampuan kita.”</i></p>
Q ₁₅	<p>Apakah bisa diakses lewat hp?</p> <p><i>“Iyah bisa kok bisa.”</i></p>
Q ₁₆	<p>Informasi apa saja yang dimuat di website?</p> <p><i>“Seputar bidang kepemudaan dan keolahragaan juga mitra-mitra kita.”</i></p>
Q ₁₇	<p>Berapa kali dalam seminggu berita di update?</p> <p><i>“Pertama kalau pas sudah kegiatan, berita dalam satu tahun kita simpan dan terus bertambah beritanya.”</i></p>
Q ₁₈	<p>Apakah informasi di website dijadikan referensi bagi pihak pers juga?</p> <p><i>“Sepertinya iyah mereka kan tinggal klik aja, kadang-kadang saya pernah melihat suatu media, ternyata media itu juga isinya sama dengan yang di kita, padahal kita lebih dulu.”</i></p>
Q ₁₉	<p>Pernah tidak ada saran atau komplain yang masuk terkait website Dispora?</p> <p><i>“Kalau kritik dan saran ada juga sih, biasanya seputar update kegiatan kemudian ada yang meminta informasi untuk bisa berpartisipasi dalam kegiatan Dispora bagaimana.”</i></p>
Q ₂₀	<p>Apakah informasi yang ada di website dapat dipercaya? Apakah dapat menghindari hoax?</p> <p><i>“Dapat, karna kita kalau ga salah tahun 2017 Dispora masuk sepuluh besar keterbukaan publik di Provinsi Banten.”</i></p>
Q ₂₁	<p>Seberapa penting keberadaan website Dispora?</p> <p><i>“Kalau menurut saya dimasa sekarang ini keberadaan website sangat penting sekali, selain kita bisa memberikan informasi ke publik, kita juga bisa mendapatkan informasi dari luar untuk kita.”</i></p>
Q ₂₂	<p>Faktor apa saja yang mendukung ataupun menghambat dalam pengelolaan website?</p> <p><i>“Bahwa dalam satu kegiatan yang harus di dukung oleh man, machine, methode dan money. Dari keempat itu memang ada ketergantungan kalau ada money nya tapi tidak ada man nya gak akan jalan juga.”</i></p>

Q ₂₃	<p>Jika ada faktor penghambatnya, apa yang sudah dilakukan untuk meminimalisir itu?</p> <p><i>“Yang paling sering kendala itu masalah jaringan, ada faktor dari cuaca juga ada, kemudian kan kita tersentralisir ke Kominfo jadi kesitu, dulukan tersendiri mengelola jaringannya sendiri. Sekarang karena servernya di Kominfo jadi kadang-kadang ada kendalanya saking banyaknya jaringan. Kalau ada kendala-kendala paling kita koordinasi aja gitu.”</i></p>
Q ₂₄	<p>Bagaimana dengan instrumen pendukung, seperti alat pengelola website?</p> <p><i>“Kalau alat saya sadari belum secanggih ini yah tapi kita memanfaatkan aja alat yang ada. Kadang-kadang pc pc nya website ini dipakai untuk kerja juga.”</i></p>
Q ₂₅	<p>Apakah ada rencana untuk menampilkan streaming pada website Dispora?</p> <p><i>“Iya kedepannya kita akan berusaha untuk terus lebih baik lagi.”</i></p>
Q ₂₆	<p>Selama ini respon pengunjung seperti apa? Apakah positif atau negatif?</p> <p><i>“Alhamdulillah pengunjungnya positif lah, websitenya juga banyak dikunjungi, responnya bagus.”</i></p>
Q ₂₇	<p>Menurut Bapak, apakah website ini dapat meningkatkan citra Dispora</p> <p><i>“Saya rasa sangat, sangat sekali.”</i></p>
Q ₂₈	<p>Saran apa yang Bapak berikan untuk perbaikan website kedepannya?</p> <p><i>“Tentunya dalam suatu kegiatan itu diibaratkan olahraga sepak bola kita itu bermain tim jadi antara pimpinan, midlle hingga staf harus saling bekerja sama begitu.”</i></p>
Q ₂₉	<p>Apa harapan bapak kedepannya terkait website Dispora?</p> <p><i>“Yang saya harapkan, website ini berguna khusus untuk dinas, untuk kemajuan provinsi, dan tentunya buat khalayak ramai.”</i></p>

Keterangan : I_{1,2} = Kepala Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispora Provinsi Banten
Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara
Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 11 Juli 2018, Pukul 13.00 WIB s.d selesai, di kantor Dispora Provinsi Banten.

Q I	I _{3.1}
Q ₁	<p>Sudah berapa lama Bapak menjadi pengelola website Dispora? <i>“Kalau boleh cerita, saya di Dispora dari 2015 sampai sekarang, waktu 2015 itu website Dispora vacum tidak ada yang menjalankan, tahun 2017 saya mencoba mengaktifkan kembali sehingga Dispora mempunyai website resmi dan nge link langsung ke websitenya banten prov sehingga gubernur bisa memantau perkembangan atau keaktifan website Dispora.”</i></p>
Q ₂	<p>Apakah selain website ada media sosial lain yang dimiliki Dispora? <i>“Selain website, kita punya media sosial yang biasa digunakan oleh pemuda pemudi yaitu facebook yang baru aktif sebenarnya di tahun 2018, kita coba di website dan di facebook supaya informasi muncul di beberapa media elektronik.”</i></p>
Q ₃	<p>Apakah media sosial tersebut terhubung ke website? <i>“Nge link, jadi kalau mau ngebuka facebook bisa ngambil dari website.”</i></p>
Q ₄	<p>Untuk link nya sendiri apakah bisa di akses dengan cepat? <i>“Selama datanya ada, jaringannya bagus ga da masalah.”</i></p>
Q ₅	<p>Selain melalui laptop, apakah website bisa di akses melalui handphone? <i>“Selama jaringannya ada, bisa.”</i></p>
Q ₆	<p>Apakah ada kontak informasi di website Dispora? <i>Website itu standarnya yah khusus untuk publik harus terdiri dari alamat, nomor kontak, kotak saran, itu ada standar website untuk pemerintah daerah.”</i></p>
Q ₇	<p>Apakah masyarakat mudah menghubungi kontak tersebut? <i>“Kalau dari kontak saran kita belum pernah tapi kalau dari email kita pernah ada beberapa dari pihak luar yang mau bekerjasama dengan website Dispora khususnya bagian aplikasi, kita tanggapi dan alhamdulillah secara kontak sarannya sudah kita penuhi.”</i></p>
Q ₈	<p>Untuk merespon informasinya seperti apa? Ada waktu tertentu tidak? <i>“Iya pasti direspon, karena itu merupakan salah satu standar operasional pengelolaan website, pelayanan informasi. Kita disini ada khusus tenaga ahli yaitu Bapak Adit, beliau yang langsung menginformasikan kepada saya selaku pengawas website lah yah ketika ada permintaan informasi kita balas.”</i></p>

Q ₉	<p>Apakah ada ketentuan untuk penempatan informasinya?</p> <p><i>“Kalau ketentuan tidak ada, cuma kita ada tim grafis yang menempatkan posisi berita sebelah mana jadi ketika orang ngebuka seneng, seneng dulu aja melihat, lama-lama pastikan membaca ujung-ujungnya, untuk ketentuan di peraturannya juga tidak ada.”</i></p>
Q ₁₀	<p>Menu-menu saja yang terdapat diwebsite? Apakah menu-menu tersebut berfungsi?</p> <p><i>“Kalau menu kita ada profil, berita, informasi, ada konten PPID standar Undang-undang keterbukaan informasi itu harus ada, kita juga ada download. Berfungsi, kita percuma kalau kita menampilkan konten yang ga bisa di akses untuk apa.”</i></p>
Q ₁₁	<p>Menu apa yang paling banyak dikunjungi?</p> <p><i>“Lebih banyak berita, tapi ada juga yang membuka akses keterbukaan informasi.”</i></p>
Q ₁₂	<p>Untuk website Dispora, lebih dominan warna apa tampilannya? Apakah ada arti tertentu dari warna tersebut?</p> <p><i>“Kalau untuk warna kita menyesuaikan, kalau tampilan Dispora sendiri itumah pihak dari aplikasi yang menentukan. Tidak ada maksud tertentu yang penting gambarnya terlihat enak, menarik, tidak mengganggu pengunjung dan tidak mengganggu tampilan website.”</i></p>
Q ₁₃	<p>Apakah jika kita searching website Dispora di google, apakah masuk pada urutan teratas pencarian?</p> <p><i>“Kalau kata kuncinya pas dia muncul paling atas.”</i></p>
Q ₁₄	<p>Bagaimana dengan fungsi next and back nya? Apakah ada masalah?</p> <p><i>“Gak ada, kita selalu cek, setiap minggu kita updating.”</i></p>
Q ₁₅	<p>Hambatan apa saja dalam mengelola website Dispora?</p> <p><i>“Hambatan yaang sifatnya besar tuh ga ada sebenarnya, memang kalau misalnya ada kegiatan di luar jangkauan jaringan kita memang kesulitan. Setiap kita meng update berita itu kan di sebuah lokasi kegiatan itu kan kita langsung.”</i></p>
Q ₁₆	<p>Apa tujuan dari pembuatan website Dsipora?</p> <p><i>“Ya kalau bicara tujuan apa yang di amanatkan Undang-undang tahun 2008 tentang keterbukaan informasi sesuai pasal 9, 10, 11 memang kita diwajibkan untuk menginformasikan, mempublikasikan kepada masyarakat dan itu wajib hukumnya. Selain itu kita juga ingin menginformasikan kepada masyarakat kegiatan-kegiatan di Dispora sehingga masyarakat bisa tau termasuk juga agenda keolahragaan, atlet-atlet Dispora bisa dilihat di website Dispora.”</i></p>

Q ₁₇	<p>Untuk upload berita, apakah disesuaikan dengan kegiatan Dispora atau seperti apa?</p> <p><i>“Kalau untuk berita setiap yang berbau olahraga, kepemudaan, kita pasti meng update karena itu memang ruang lingkup Dispora, tugas pokok dan fungsi Dispora.”</i></p>
Q ₁₈	<p>Selain mempromosikan kegiatan Dispora, apakah ada promosi yang dilakukan yang sifatnya nasional?</p> <p><i>“Selama ini kegiatan yang sifatnya nasional kita informasikan seperti Popnas, Powil Popda, termasuk juga surat edaran dari Kementerian Luar Negeri terkait Asian Games, Pemerintah Daerah berkewajiban mempublikasikan, jadi kita masukin dalam tampilan website sehingga masyarakat tahu bahwa Indonesia ini akan menyelenggarakan Asian Games yang ke 18.”</i></p>
Q ₁₉	<p>Untuk website Dispora sendiri, apakah ada kepentingan komersial gak?</p> <p><i>“Kita kan pemerintah daerah kalau ada bahasa komersial tidak boleh lah, harus sesuai dengan apa yang sudah diamanatkan oleh peraturan perUndang-undangan.”</i></p>
Q ₂₀	<p>Apakah website Dispora pernah menjadi bahan referensi bagi pihak pers?</p> <p><i>“Kita bisa bekerja sama dengan media terkait informasi, jadi kita bertukar informasi sehingga penuangan berita-beritanya tidak rancu.”</i></p>
Q ₂₁	<p>Saran apa saja masuk melalui email?</p> <p><i>“Saran sih sebenarnya mereka lebih ingin bekerja sama terkait pengelolaan website, namun kan kita sudah punya pengelola website.”</i></p>
Q ₂₂	<p>Apakah pernah ada komplain?</p> <p><i>“Kalau komplain kita belum ada, masih aman-aman aja.”</i></p>
Q ₂₃	<p>Menurut Bapak, apakah keberadaan website ini berdampak baik bagi citra Dispora?</p> <p><i>“Sebenarnya website ini bukan berdampak baik ya tapi memang diharuskan oleh peraturan sehingga berdampak ke kebutuhan informasi terkait olahraga, kepemudaan, sehingga masyarakat mudah mengakses informasi artinya kemanfaatan yang bagus lah yah.”</i></p>
Q ₂₄	<p>Sosialisasi pengelola website kepada masyarakat seperti apa?</p> <p><i>“Kita biasanya jika ada kegiatan-kegiatan keolahragaan kita suka menayangkan alamat website Dispora pada pakaian olahraga sehingga masyarakat bisa tau.”</i></p>

Q ₂₅	<p>Untuk SDM nya pak apakah dirasa cukup? Apakah ada ketidaksesuaian dari segi pendidikan?</p> <p><i>“Kalau di Dispora kita memilih latar belakang yang sudah sesuai, kita sudah ada sehingga didalam pengelolaannya mudah karna mereka sudah memahami. Kalau jumlah memang kita kan ada yang satu untuk pembuatan artikel, yang satu untuk tenaga operator yang fungsinya untuk meng update berita di website. Kita sudah ada dua tenaga ahli lah.”</i></p>
Q ₂₆	<p>Apakah tampilan atau informasi di website sudah maksimal?</p> <p><i>“Kalau bicara maksimal kita belum maksimal karena kan media itu makin kedepan makin berubah, teknologi media itu cepat perubahannya sehingga kita juga harus bisa menyesuaikan teknologi yang sudah cepat perubahannya, jadi tiap tahun, kita selalu updating, namanya updating aplikasi website sehingga menyesuaikan teknologi-teknologi yang sekarang.”</i></p>
Q ₂₇	<p>Terkait dengan Instrumen pendukung peliputan, apakah sudah cukup?</p> <p><i>“Kalau terkait sarana prasarana pengelola informasi kita ada beberapa alat yang belum kita punya tahun depan kita ingin menganggarkan termasuk kamera, alat rekam.”</i></p>
Q ₂₈	<p>Untuk meningkatkan pengelolaan website Dispora, apakah ada rencana untuk menampilkan streaming?</p> <p><i>“Ya, rencananya juga begitu, menampilkan audio visual, memang ke depan kita akan mencoba memasukan streaming tersebut.”</i></p>
Q ₂₉	<p>Sejauh ini, apa saja yang dilakukan untuk meminimalisir faktor-faktor penghambat pengelolaan website?</p> <p><i>“Faktor-faktor penghambat pengelolaan website itu salah satunya masalah jaringan sebetulnya. Untuk SDM, kita sudah ada tinggal jaringan. Paling regulasi dari pengelolaan website itu sendiri. Regulasi itu yang bisa merumuskannya dari Kominfo. Website seperti apa yang boleh tayang di masing-masing OPD. Kalau misalnya ada regulasinya memudahkan kita mengelola websitenya seperti apa.”</i></p>
Q ₃₀	<p>Apakah banyak pengunjung yang merepon positif terhadap website Dispora?</p> <p><i>“Kalau melihat statistik pengunjung sih alhamdulillah banyak positif yah hampir ratusan hingga ribuan malah.”</i></p>

Q ₃₁	<p>Menurut bapak, apakah website Dispora ini sudah sesuai dengan visi misi Dispora?</p> <p><i>“Ya memang website itu salah satu standar berita atau isinya harus sesuai dengan visi misi Dispora kalau visi misi Gubernur Banten kita sudah tuangkan, uraian tugas dari Dispora juga sudah, bisa dilihat dari profil Dispora dan nama-nama pejabat Dispora juga bisa dilihat di website Dispora.”</i></p>
Q ₃₂	<p>Saran apa yang bisa bapak berikan kepada pimpinan untuk perbaikan website Dispora?</p> <p><i>Dari pengelolaannya kita coba ada khusus tim yang mengelola website cuma di fokuskan. Jadi bukan dalam rangka untuk memenuhi pekerjaan yang sifatnya sudah memang kita inginnya tim itu di fokuskan pada pengelolaan website. Cuma kembali lagi SDM di Dispora tidak terlalu banyak memang kita usulkan kepada pimpinan untuk menambah tenaga khusus Dispora terkait masalah pengelolaan website.”</i></p>
Q ₃₃	<p>Apa harapan bapak kedepannya terhadap website Dispora?</p> <p><i>“Website itu merupakan media yang sifatnya semua orang harus tau, artinya sosialisasi informasi, terus isian berita itu sendiri dimasyarakat juga harus dimengerti apa yang kita tampilkan di website. Dan mudah-mudahan juga website Dispora akan terus menerus aktif dan siapapun pengelolanya akan terus berjalan.”</i></p>

Keterangan : I_{3.1} = Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispora Provinsi Banten sebagai pengelola *website*

Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Selasa Tanggal 03 Juli 2018, Pukul 11.00 WIB s.d selesai, di kantor Dispora Provinsi Banten.

Q I	I _{3.2}
Q ₁	<p>Sebelumnya sudah berapa lama anda menjadi pengelola website?</p> <p><i>“Kalau saya sendiri baru empat tahun sejak jamannya Pak Ali Fadillah. Saya ditunjuk langsung oleh PPIDnya dan kita bekerja sama juga dengan tim, yaitu Bapak Adit juga saya di perbantukan di tim pengelola website.”</i></p>
Q ₂	<p>Bagaimana dengan statistik pengunjung? Apakah banyak yang mengunjungi?</p> <p><i>“Kalau itu sih beragam itu tergantung isi beritanya aja, kalau beritanya berisi informasi yang sedang di butuhkan oleh kepemudaan keolahragaan itu pasti pengunjungnya banyak. Kalau hanya sekedar informasi yang tidak begitu berarti otomatis tidak ada pengunjung, atau bahkan kuranglah pengunjungnya.”</i></p>
Q ₃	<p>Selain website, media sosial apa saja yang di kelola Dispora?</p> <p><i>“Kita ada media informasi selain website kita ada link ke facebook.”</i></p>
Q ₄	<p>Selain itu, apakah ada link yang terhubung ke website Dispora?</p> <p><i>“Ada, kita ada website dari Provinsi Banten yang di buat khusus oleh Pemprov Banten seperti Sirup, Portal Banten, PPID dan lain sebagainya.”</i></p>
Q ₅	<p>Apakah kontak informasi di website Dispora?</p> <p><i>“Ada, kontaknya seperti email.”</i></p>
Q ₆	<p>Apakah kontak tersebut mudah untuk dihubungi?</p> <p><i>“Itu mudah dihubungi, tapi bukan 24 jam yah, dalam arti jam kerja.”</i></p>
Q ₇	<p>Biasanya, informasi apa yang di minta oleh pengunjung?</p> <p><i>“Ada, seputar kepemudaan sebagai contoh syarat-syarat ikut serta dalam PPAN, KPN, itu banyak pasti yang minta.”</i></p>
Q ₈	<p>Respon pengelola website seperti apa terhadap permohonan informasi tersebut? Apakah ada tenggat waktu tertentu?</p> <p><i>“Kalau itu tentatif, gak bisa di tentukan. Karena kita kekurangan dari segi SDM nya, mangkanya dari segi penanggapannya itu kalau kitanya masih di hari jam kerja, kita tidak memiliki kesibukan yang lain, otomatis di tanggap secepat mungkin.”</i></p>

Q ₉	<p>Untuk penempatan informasinya seperti apa dan apakah ada ketentuannya?</p> <p><i>“Oh kalau itu disebutnya pengaturan konten yah, isi website itu ada aturan mainnya, ada gaya bahasanya, gaya isinya, penulisannya kita ikuti aturan yang telah ditetapkan oleh Bahasa Indonesia yang baik, itu dari kiri ke kanan kalau ga salah.”</i></p>
Q ₁₀	<p>Menu apa saja yang terdapat di website Dispora?</p> <p><i>“Yang pasti pertama itu profil nah itu ada macem-macem ada sejarahnya, ada struktur organisasinya, ke menu berikutnya itu berita seputar kepemudaan dan keolahragaan, kemudian ada menu informasi, kemudian ada menu pelayanan publik namanya PPID bisa masyarakat memberikan saran ke PPID kita. Menu berikutnya e-book, e- book itu fungsinya semacam file pdf untuk menerangkan syarat-syarat mengikuti kegiatan misalnya KPN atau PPAN.”</i></p>
Q ₁₁	<p>Menu apa yang paling banyak dikunjungi?</p> <p><i>“Yang paling banyak d klik di menu informasinya.”</i></p>
Q ₁₂	<p>Apakah menu-menu tersebut mudah di akses?</p> <p><i>“Mudah.”</i></p>
Q ₁₃	<p>Apakah ada perbedaan letak informasi ketika di akses melalui laptop dengan di akses melalui handphone?</p> <p><i>“Kan di handphone itu ada yang namanya tampilan menu android, malah semakin simpel, tapi hp nya yang android yah kalau yang hp jadul malah ga bisa di akses.”</i></p>
Q ₁₄	<p>Untuk warna, warna apa yang dominan yang digunakan di website Dispora?</p> <p><i>“Sejauh ini kita mengikuti oleh Kominfo itu tampilan utamanya putih sama biru kita tidak bisa merubah, karena kalau mau merubah harus ijin dulu ke Kominfo.”</i></p>
Q ₁₅	<p>Apakah ada maksud tertentu dari warna tersebut?</p> <p><i>“Itu tidak ada, dari Kominfo itu mah.”</i></p>
Q ₁₆	<p>Apakah jika mencari website Dispora melalui google apakah muncul pada urutan teratas?</p> <p><i>“Kalau selama ini, yang kita pantau dari segi kunjungan Dispora itu bukan di katakan yang pertama, kan Dispora itu bukan Dispora banten aja. Kalau kata kuncinya website Dispora banten itu pasti muncul pertama, kalau kata kuncinya Dispora itu tentatif.”</i></p>
Q ₁₇	<p>Apakah fungsi back dan nextnya pada website Dispora berfungsi dengan baik?</p> <p><i>“Selama ini yang kita perhatikan tidak masalah, lancar-lancar saja.”</i></p>

Q ₁₈	<p>Hambatan apa aja dalam mengelola website Dispora? <i>“Kita terkendala yang namanya server, nah kalau server dari Kominfonya bermasalah otomatis server kita juga bermasalah. Semakin lancar server induknya, kita juga semakin lancar.”</i></p>
Q ₁₉	<p>Tujuan pembuatan website Dispora itu untuk apa? <i>“Yang pertama untuk pelayanan informasi kepada masyarakat sudah diatur dalam Undang-undang keterbukaan informasi publik.”</i></p>
Q ₂₀	<p>Biasanya berapa kali update berita? <i>“Kalau untuk berita tergantung dari kegiatan di Dispora sendiri tentatif ya ga bisa di prediksi.”</i></p>
Q ₂₁	<p>Untuk promosi website, bagaimana sosialisasinya? <i>“Yang pertama untuk sosialisasinya kita melalui speak aja atau omongan yang kedua itu kita melalui media sosial di facebook otomatis masyarakat tau website kita.”</i></p>
Q ₂₂	<p>Apakah terdapat kepentingan komersial di website Dispora? <i>“Kalau untuk kepentingan komersial tentu tidak karena kita sifatnya dinas, kan pelayanan kepada masyarakat, jadi tidak bakal ada.”</i></p>
Q ₂₃	<p>Apakah pernah informasi di website ini sebagai bahan referensi bagi pihak pers? <i>“Itu ada yaa.”</i></p>
Q ₂₄	<p>Saran apa saja yang masuk dari pengunjung? <i>“Paling saran yang kami terima itu dari isi beritanya. Kalau masyarakat inginnya update terus.”</i></p>
Q ₂₅	<p>Untuk komplain, apakah ada? <i>“Kalau komplain terus marah-marah belum ada.”</i></p>
Q ₂₆	<p>Pandangan terhadap website Dispora seperti apa? <i>“Website kita masih terkendala oleh tampilannya, kurang menarik. Kita juga tidak bisa mengubah tampilan itu kewenangannya ada di Kominfo.”</i></p>
Q ₂₇	<p>Apakah informasi di website Dispora dapat dipercaya dan menghindari hoax ya? <i>“Iya, dapat dipercaya, akurat.”</i></p>
Q ₂₈	<p>Sebagai pengelola website, seberapa penting keberadaan website Dispora? <i>“Kalau menurut saya pribadi ya, keberadaan website itu penting karena sebagai media informasi bagi kita, apalagi informasi tentang kepemudaan dan olahraga itu sifatnya ada di masyarakat, berarti kita selalu di kategorikan masyarakat jadi harus ada yang bersifat informasi. Butuh sih.”</i></p>

Q ₂₉	<p>Faktor-faktor apa saja yang mendukung pengelolaan website?</p> <p><i>“Dari segi SDM, kita perlu ada penambahan dari segi SDMnya, perlunya staf pengelola websitenya, dia benar-benar tau bagaimana mengelola website. Dan dari segi pendidikan juga penting sehingga berita yang ditayangkan tidak hoax.”</i></p>
Q ₃₀	<p>Apakah keberadaan website Dispora ini berdampak baik bagi citra Dispora?</p> <p><i>“Pasti lah, pasti berdampak baik, pengunjung semakin banyak dikategorikan pasti citra Dispora bertambah bagus. Yang tadinya sudah bagus citranya semakin bagus.”</i></p>
Q ₃₁	<p>Apakah pernah mengadakan sosialisasi website Dispora?</p> <p><i>“Kalau terjun langsung belum, hanya melewati media sosial saja.”</i></p>
Q ₃₂	<p>Faktor-faktor apa saja yang menghambat pengelolaan website Dispora?</p> <p><i>“Seperti yang tadi disampaikan kita terhambat dari segi server saja kita juga kekurangan tenaga SDM nya, belum tentu kita setiap hari bisa meng update informasi di Dispora karena kita juga SDM nya penempatannya gak selalu di website, kita ada tupoksi lain merangkap.”</i></p>
Q ₃₃	<p>Apakah informasi maupun tampilan di website Dispora sudah optimal?</p> <p><i>“Kalau dikatakan optimal sih belum, karena yang saya katakan itu, belum update 100 %. Itu aja.”</i></p>
Q ₃₄	<p>Apakah alat peliputan yang dimiliki Dispora sudah mendukung?</p> <p><i>“Kalau sarana prasarana bukan kurang mendukung tapi kurang maksimal karena kita hanya dibantu oleh satu kamera satu tape recorder dan satu handycam. Idealnya kita minimalnya punya dua pasang semuanya.”</i></p>
Q ₃₅	<p>Apakah sudah ada rencana untuk menampilkan streaming?</p> <p><i>“Kalau rencana, kita pasti ada baru dicanangkan.”</i></p>
Q ₃₆	<p>Sebagai pengelola, apa yang sudah di lakukan untuk meminimalisir faktor penghambat pengelolaan website?</p> <p><i>“Pertama kita komunikasikan dengan server induk kenapa sih servernya sering ada gangguan nah jawabannya ada di server induk karena bukan ranah kewenangan kami.”</i></p>

Q ₃₇	Apakah pernah mengikuti pelatihan untuk meningkatkan pengelolaan website? <i>“Kalau untuk diklatnya kita belum menjalani hanya sekedar rapat-rapat ada undangan untuk peningkatan kapasitas aparatur terkait website ada cuma kalau bimbingan teknis lebih lanjutnya kami belum pernah mengikuti.”</i>
Q ₃₈	Dari segi pengunjung banyak yang merespon positif atau negatif? <i>“Merespon kearah positif.”</i>
Q ₃₉	Citra positif apa yang terbentuk? <i>“Tentunya kalau citra positif menimbulkan nilai baik.”</i>
Q ₄₀	Apakah pengelolaan website Dispora sudah sesuai dengan visi misi Dispora? <i>“Selama ini sudah sesuai.”</i>
Q ₄₁	Saran apa sebagai pengelola website untuk perbaikan website kedepannya? <i>“Yang pertama otomatis pimpinan itu mengkomunikasikan dengan server induk melalui Kominfo bahwa untuk penambahan server di Dispora supaya tidak selalu gangguan. Standby dan bisa diakses.”</i>
Q ₄₂	Apa harapan anda kedepannya terhadap website Dispora? <i>“Kalau harapan sih mudah-mudahan tampilannya menarik, informasinya selalu update banyak di akses, tenaga SDM kita ditambah lagi. Itu aja sih.”</i>

Keterangan : I_{3,2} = Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispora Provinsi Banten sebagai pengelola *website*
Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Sabtu Tanggal 07 Juli 2018, Pukul 10.00 WIB s.d selesai, di Luminor Jambi.

Q I	I _{3.3}
Q ₁	<p>Sudah berapa lama jadi pengelola website di Dispora? <i>“Kira kira dari tahun 2015, dulu website masih di kelola sendiri-sendiri perdinas, akhirnya kita juga bikin, Dispora dot apa gitu saya juga lupa tapi belakangnya com tapi sekarang sudah diperbarui jadi satu atap oleh Kominfo menjadi dot go dot id. Sekarang kan jadi Dispora.bantenprov.go.id.”</i></p>
Q ₂	<p>Berapa banyak pengunjung website Dispora per bulannya? <i>“Alhamdulillah pengunjung website Dispora perbulannya mencapai ratusan hingga ribuan. Bisa nyampe tiga ribu, empat ribuanlah, perhari ini aja udah ratusan. Alhamdulillah berarti animo masyarakat terhadap kegiatan Dispora itu sangat besar. Jadi apa yang dilakukan bisa dilihat, seperti kemaren ada festival, kita juga ada torch relay asian games dan lain sebagainya, website ini juga banyak item-item lainnya.”</i></p>
Q ₃	<p>Kemudian selain website, apakah ada media informasi lain? <i>“Kita ada facebook, : https://web.facebook.com/Disporabanten bisa di akses, di facebook itu juga merangkum kegiatan-kegiatan Dispora, tapi bisa di akui juga sosial media ini belum terlalu aktif, kita fokusnya ke website. Kalau instagram saat ini belum, tapi rencana sampe ke situ juga. Iya facebook terhubung, kan ada link tinggal klik otomatis langsung terhubung.”</i></p>
Q ₄	<p>Selain sosial media link apa saja yang terhubung di website? <i>“Kita ada portal banten, kemenpora, kita juga ada PPID, karena transparansi kita ada sirup jadi untuk mengetahui pengadaan-pengadaan Dispora ga perlu dateng kesini tinggal klik aja. Bisa diakses otomatis.”</i></p>
Q ₅	<p>Sebelumnya apakah pernah mengakses website lewat handphone? <i>“Saya pernah, bisa yang penting hpnya android hehe.”</i></p>
Q ₆	<p>Apakah ada kontak informasi dan apakah mudah untuk menghubunginya? <i>Oh kita ada PPID.Dispora@bantenprov.go.id bisa ngirim email langsung dan ada sekretariat.dispora@bantenprov.go.id. Mudah, tinggal klik, kirim, nanti kita balas.”</i></p>

Q ₇	<p>Bagaimana respon terhadap kritik dan saran dari pengunjung? <i>“Insha Allah ditanggapi. Kalau kritik dan saran ada sebagai bahan masukan untuk memperbaiki, dan kita akui bahwa website kita gak sempurna, mangkanya kita juga terima kritik dan saran, mungkin kurang update, kurang apa, silahkan ke email aja insha allah ditanggapi. Ada juga beberapa yang ke email itu mengenai kegiatan-kegiatan Dispora, kayak kemaren itu permohonan menjadi peserta ppan (pertukaran pemuda antar negara), kemudian cara mendapatkan bantuan-bantuan sosial itu kaya gimana dll.”</i></p>
Q ₈	<p>Berapa lama waktu untuk merespon kritik dan saran tersebut? <i>“Kalau waktu, memang saat-saat tertentu karena kesibukan, saya memang merangkap di PEP. Di datin juga, saya merangkap di bidang evaluasi, pelaporan barang dan jasa dan sebagainya. Saya akui juga ada sedikit kekurangan saya lah tapi saya balas sehari dua hari lah.”</i></p>
Q ₉	<p>Menurut anda untuk website sendiri penempatan informasinya seperti apa? Apakah ketika mengelola website sudah begitu dari dulu apa ada masukan dari pengelola website? <i>“Ada pembaharuan di tahun 2016 di zamannya Bapak Ali Fadilah, ketika kita ngobrol dengan Pak Ali beginilah konsepnya, dari profil, di berita ada kepemudaan dan keolahragaan, galerry, informasi, e-book, PPID, dan download, kalau download itu misalkan ada file dari kabupaten kota tentang pendaftaran apa persyaratannya apa bisa download disini.”</i></p>
Q ₁₀	<p>Kemudian dari beberapa menu tersebut, apakah ada yang tidak bisa di akses? Itu kenapa ya? <i>“Yang pertama servernya lagi error, insha allah bisa, memang kemaren sempet server kita lagi down, tapi ga setiap hari. Kita kan di awasi oleh Kominfo.”</i></p>
Q ₁₁	<p>Apakah berita yang di tempatkan di sebelah kiri itu penting? <i>“Nah stateginya selain kita itu membaca dari kiri ke kanan, berita juga tergantung dari tanggal, yang teratas biasanya merupakan informasi yang terbaru.”</i></p>
Q ₁₂	<p>Dari menu yang ada, informasi apa yang sering dikunjungi? <i>“Kalau saya lihat sih lebih banyak mengakses berita kayak kemaren kita ada berita tentang festival pekan olahraga tradisional, popda (pekan olahraga pelajar daerah) dan lain sebagainya.”</i></p>
Q ₁₃	<p>Apakah pengunjung mudah untuk mengakses website Dispora? <i>“Iya mudah, masyarakat tinggal buka hp ketik Dispora banten tinggal klik nyari berita yang diinginkan.”</i></p>

Q ₁₄	<p>Apakah ada perbedaan letak informasi ketika kita mengakses website menggunakan laptop dan ketika menggunakan hp?</p> <p><i>“Kalau dari segi tampilan agak sedikit berbeda karena kalau di hp kecil, tinggal di zoom saja.”</i></p>
Q ₁₅	<p>Apakah ada arti tertentu dari warna dominan pada website Dispora?</p> <p><i>“Kalau saya tidak begitu ke warna, ininya mah lihat fungsinya, enak, jelas, gak ribet, cuma dua warna biru sama putih, ini juga ga ada kaitannya dengan warna partai yah.”</i></p>
Q ₁₆	<p>Apakah jika kita mencari di mesin pencarian google, website Dispora muncul di urutan teratas?</p> <p><i>“Bisa, asal mengetiknya website Dispora banten.”</i></p>
Q ₁₇	<p>Bagaimana fungsi next dan back nya? Apakah ada error?</p> <p><i>“Bisa, misalnya kita ke home, ke menu berikutnya, balik lagi, ga ada masalah.”</i></p>
Q ₁₈	<p>Apakah link website ketika di share sudah benar?</p> <p><i>“Benar, linknya https://dispora.bantenprov.go.id/ kita juga sosialisasikan website lewat baju kegiatan dengan cara menyematkan alamat website kita di situ.”</i></p>
Q ₁₉	<p>Sebagai pengelola website, apakah menu-menu di website sudah maksimal atau belum?</p> <p><i>“Kalau maksimal Insha Allah maksimal, tapi ada menu seperti video yang memang belum baik , kita ingin adakan e-book, sedang membuat buku, buku ini nantinya bisa diakses , di upload.”</i></p>
Q ₂₀	<p>Hambatan apa saja dalam mengakses website?</p> <p><i>“Hambatannya satu, kalau ga ada data internet.”</i></p>
Q ₂₁	<p>Apa tujuan dibuatnya website Dispora?</p> <p><i>“Sesuai dengan Undang-undang keterbukaan informasi publik itu salah satunya, bahwa Dispora melakukan apa bisa kita lihat.”</i></p>
Q ₂₂	<p>Berapa banyak penayangan berita di website Dispora?</p> <p><i>“Kalau disini kita tergantung dari kegiatan, seperti kemarin ada kegiatan kita langsung meluncur kesana dan kita menyediakan data yang ada disana, biar masyarakat tau bahwa Dispora provinsi banten melaksanakan kegiatan sesuai Undang-undang keolahragaan dan kepemudaan.”</i></p>
Q ₂₃	<p>Selain kita mempromosikan Dispora kita sendiri, apakah ada promosi lain yang terdapat di website Dispora seperti misalnya kegiatan nasional?</p> <p><i>“Kita ada banner selamat bertanding atlet Popda, kita sedang ramai ramainya Asian Games sebagai sosialisasi Asian Games.”</i></p>

Q ₂₄	<p>Apakah ada kepentingan komersial pada website Dispora? <i>"Gak ada."</i></p>
Q ₂₅	<p>Apakah informasi di website pernah dijadikan bahan referensi pihak pers misalnya minta foto atau berita sebagai bahan referensi mereka dari website Dispora? <i>"Pernah, seperti juga mereka meminta foto-foto kegiatan maupun video."</i></p>
Q ₂₆	<p>Saran apa saja yang diberikan oleh pengunjung terkait website Dispora? <i>"Tentang updating, karena kan tidak setiap hari kita update, tergantung dari kegiatan sedangkan pengunjung inginnya terus update."</i></p>
Q ₂₇	<p>Apakah ada complain yang diberikan oleh pengunjung terkait website Dispora? <i>"Ada sedikit dari segi tampilan dan update berita."</i></p>
Q ₂₈	<p>Sebagai pengelola website, keberadaan website ini berdampak baik tidak untuk citra Dispora? <i>"Bagi saya sangat sangat baik, karena apa? Karna masyarakat bisa tau bagaimna Dispora, kita sosialisasikan bahwa Dispora ada kegiatan ini lho. Sangat sayang jika ada kegiatan besar tidak diketahui oleh masyarakat luas."</i></p>
Q ₂₉	<p>Apakah pernah melakukan sosialisasi terkait website Dispora? <i>"Salah satunya ketika rapat selalu menyebutkan alamat website Dispora untuk diakses dan menyematkan di kaos kegiatan kita juga ingin membuat stiker alamat website untuk di mobil."</i></p>
Q ₃₀	<p>Untuk SDM, apakah sudah cukup? <i>"Jujur kita kekurangan SDM tenaga ahli website, satu kita butuh pelatihan dan butuh orang juga, karna memang kan saya juga merangkap, saling gantian."</i></p>
Q ₃₁	<p>Dari segi instrumen pendukung, apakah sudah tercukupi belum? Apakah ada yang mau ditambah? <i>Kalau saya pribadi, alat terfasilitasi tapi masih kurang, butuh kamera tele, saya pernah dibengkulu memfoto atlit selancar kan jauh, kalau kamera biasa gak kelihatan, pecah. Yang kelihatan hanya ombaknya saja."</i></p>
Q ₃₂	<p>Apakah ada rencana belum untuk menampilkan streaming? <i>"Ada alat-alat yang harus dibeli, ada rencana streaming untuk memperbagus website."</i></p>

Q ₃₃	<p>Apa saja yang sudah dilakukan pengelola untuk meminimalisir penghambat dalam mengelola website?</p> <p><i>“Pengajuan alat-alat peliputan, sering bertanya ke Kominfo, dan mengikuti pelatihan-pelatihan untuk menambah ilmu.”</i></p>
Q ₃₄	<p>Dengan adanya website, apakah pengunjung banyak yang merespon positif atau negatif?</p> <p><i>“Kalau menurut saya responnya positif terlihat dari jumlah pengunjung bahwa masyarakat pengen tau tentang Dispora.”</i></p>
Q ₃₅	<p>Apakah pengelolaan website ini dapat meningkatkan citra Dispora?</p> <p><i>“Sangat sangat meningkatkan citra positif Dispora.”</i></p>
Q ₃₆	<p>Saran apa sebagai pengelola website kepada pimpinan untuk perbaikan website Dispora?</p> <p><i>“Alat penunjang, kita butuh kamera tele dan kita juga ingin streaming.”</i></p>
Q ₃₇	<p>Harapan untuk website Dispora kedepannya?</p> <p><i>“Harapannya, website Dispora bisa lebih baik dan lebih banyak dikunjungi, bisa bermanfaat bagi masyarakat juga bagi nusa dan bangsa.”</i></p>

Keterangan : I_{3,3} = Staf Sub Bagian Program, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dispora Provinsi Banten sebagai pengelola *website*
Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara
Catatan Lapangan : Wawancara Hari Selasa Tanggal 03 Juli 2018, Pukul 11.00 WIB s.d selesai, di kantor Dispora Provinsi Banten.

Q I	I ₄
Q ₁	<p>Apakah sebelumnya anda tahu tentang website Dispora? Apakah pernah mengunjungi website Dispora? <i>"Mengunjungi pernah. Tahu."</i></p>
Q ₂	<p>Informasi apa saja yang anda akses dan dibutuhkan di website Dispora? <i>"Yang dibutuhkan itu kegiatan di bidang kepemudaan, khususnya di bidang kepemudaan."</i></p>
Q ₃	<p>Apakah anda sering mengakses informasi di website Dispora? <i>"Sering."</i></p>
Q ₄	<p>Apakah anda puas dalam mengakses informasi di website Dispora? <i>"Kalau masalah kekurangan sih pasti ada ya tapi untuk saat ini ini cukup bagus."</i></p>
Q ₅	<p>Apakah ada informasi yang anda butuhkan yang belum tersedia di website Dispora? <i>"Hasil pengumuman atau hasil kegiatan seleksi itu tidak langsung ke website, itu yang lambatnya, satu. Terus tidak langsung ibaratnya informasi ke kabupaten/kota."</i></p>
Q ₆	<p>Apakah anda sering meminta informasi dari pihak pengelola website Dispora? Dan bagaimana tanggapan dari pihak pengelola? <i>"Sering. Dijawab dan responnya baik."</i></p>
Q ₇	<p>Menurut anda pentingkah website Dispora ini? <i>"Sangat penting karena itu memudahkan kita untuk tahu informasi-informasi, kegiatan-kegiatan Dispora, baik itu di bidang pemuda, olahraga, di lingkungan Dispora. Sangat penting, harus."</i></p>
Q ₈	<p>Menurut anda apakah website Dispora sudah baik? <i>"Kalau dibilang baik pasti baik. Kalau dibilang kurang, pasti ada ada kurangnya, ada aja sih."</i></p>
Q ₉	<p>Menurut anda apakah website Dispora bisa meningkatkan citra Dispora? <i>"Bisa."</i></p>
Q ₁₀	<p>Menurut anda apakah citra Dispora sudah baik? <i>"Kalau dibilang baik ya baik. Tergantung pendapat dari setiap orang. Dengan adanya website Dispora, mudah-mudahan semakin baik lah."</i></p>

Q ₁₁	<p>Saran apa dari anda sebagai bagian dari Organisasi Kepemudaan untuk website Dispora?</p> <p><i>“Memperbanyak program, menu, konten. Biar pemuda bisa berkreasi. Penayangannya juga harus lebih update.”</i></p>
Q ₁₁	<p>Harapan anda ke depannya terhadap website Dispora?</p> <p><i>”Lebih variatif, terutama dari segi tampilannya biar ga gitu-gitu aja, biar pengunjung juga tertarik dan ga bosan.”</i></p>

Keterangan : I₄ = Organisasi Kepemudaan

Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 11 Juli 2018,
Pukul 15.13 WIB s.d selesai, di kantor Dispora Provinsi
Banten.

Q I	I ₅
Q ₁	<p>Apakah Bapak sebelumnya sudah mengetahui dan pernah mengunjungi website Dispora? <i>“Sudah, sudah pernah mengunjungi.”</i></p>
Q ₂	<p>Informasi apa saja yang Bapak akses di website Dispora? <i>“Informasi disana ya tentu informasi tentang pemerintahan khususnya tentang seputar bidang olahraga dan kepemudaan.”</i></p>
Q ₃	<p>Apakah informasi yang Bapak butuhkan tersedia di website Dispora? <i>“Tersedia karena ada beberapa konten.”</i></p>
Q ₄	<p>Menu apa saja yang Bapak akses di website Dispora? <i>“Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga.”</i></p>
Q ₅	<p>Bagaimana dari segi informasi dan tampilan? <i>“Kalau dilihat dari sisi akrualnya memang informasi disini kan terakhir diupdate per bulan Juni ya jadi kurang update aja jika dilihat kita sebagai pengguna. Jadi harus sering di update informasi-informasi akrualnya.”</i></p>
Q ₆	<p>Bagaimana pandangan Bapak sebagai dosen tentang website Dispora? <i>“Website itu kan kita mengacu pada e-government. Kalau berbicara tentang e-government itu ada istilah G to C, G to B, G to G. Government to citizen, government to business, government to government. Jadi, apa yang ada didalam website harus memenuhi ekspektasi dan kebutuhan informasi masyarakat. Itu yang paling idealnya. Untuk itu, perlu adanya semacam penguatan. Penguatan sistem IT yang ada di pemerintahan. Untuk itu, perlu adanya suprastrukturnya, infrastruktur, IT nya juga harus kuat termasuk tata kelolanya termasuk operatornya SDM nya juga. Itu yang paling penting dalam tata laksana sistem pemerintahan berbasis elektronik ataupun komunikasi menggunakan situs website.”</i></p>
Q ₇	<p>Menurut Bapak, apakah website Dispora berdampak pada peningkatan citra Dispora Provinsi Banten? <i>“Menurut saya berdampak. Satu hal, masyarakat bisa mengakses informasi dan itu membentuk semacam kredibilitas dinas itu sendiri di mata pengguna karena banyak informasi-informasi yang menunjukkan kebijakan-kebijakan di bidang kepemudaan dan olahraga, kegiatan-kegiatannya, dan program-program kerjanya.”</i></p>

Q ₈	<p>Apakah informasi pada website Dispora dapat dipercaya atau menghindari hoax?</p> <p><i>“Bisa.”</i></p>
Q ₉	<p>Apakah Bapak merasa puas setelah mengakses website Dispora?</p> <p><i>“saya pernah belajar tentang tampilan-tampilan pesan dalam komunikasi ya, kita melihat sudah cukup baik, tapi tentunya komposisi foto kan seperti ini ya, ini kan kurang apa ya presisinya kurang pas. Secara keseluruhan sudah baik tapi sisi informasi yang up to date nya belum muncul.”</i></p>
Q ₁₀	<p>Harapan Bapak ke depannya terhadap website Dispora?</p> <p><i>“Tentunya yang pertama informasinya harus up to date pada setiap kegiatan yang ditampilkan karena saat ini masyarakat menggunakan media sosial. Ini kan bisa di link kan ke media sosial. Jadi harus real time misalkan kegiatan hari ini harus dipublish hari ini, menit ini juga dan detik ini juga karena masyarakat sudah sangat cepat mengakses. Dari segi tampilan secara keseluruhan baik. Dan saya rasa lebih kepada infrastrukturnya, kalau infrastruktur dari pengelolaan website ini yang berpusat di Kominfo harus mampu menampung berapa banyak orang yang mengakses dalam waktu yang bersamaan. Tampilan secara umum bagus, ada semacam ornamen-ornamen yang khusus tentang olahraga ya dan kepemudaan.”</i></p>

Keterangan : I₅ = Dosen Ilmu Komunikasi
Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 11 Juli 2018,
Pukul 16.00 WIB s.d selesai, di kantor Sekretariat
Wakil Gubernur Banten.

Q I	I ₆
Q ₁	Kamu pernah tidak sebelumnya mengunjungi website Dispora? <i>"Pernah mengunjungi website Dispora untuk mengakses data-data atlet di PPLP ini."</i>
Q ₂	Menurut kamu, informasinya sudah cukup bagus atau belum? <i>"Menurut aku sih sudah lumayan lengkap, udah ada data-data Dispora, atlet Provinsi Banten, bisa tahu senior-senior, dan kegiatan Dispora."</i>
Q ₃	Menurut kamu, bagaimana tampilan website Dispora? <i>"Tampilannya sih bagus, cuma kurang bergairah semangat gitu, kurang ada olahraga-olahraganya gitu, cuma udah bagus."</i>
Q ₄	Bagaimana keinginan kamu tentang tampilan website Dispora? <i>"Pengennya layarnya di full-ini terus ada gambar olahraganya. Untuk warna pengennya warna merah, hitam, dan emas biar bersemangat."</i>
Q ₆	Kamu pernah tidak mengakses website Dispora melalui handphone? <i>"Pernah. Bisa diakses lewat handphone dan gampang mengaksesnya tinggal ke web nya aja."</i>
Q ₇	Menurut kamu sebagai atlet, penting tidak adanya website Dispora? <i>"Penting sih jadi lebih terarah organisasinya, terus kita juga bisa tahu nih orang-orang Dispora gimana, agenda kejuaraan kita ini gimana, kita juga bisa tahu tentang atlet senior kita, prestasi, tahu tentang data-data temen-temen kita sesama atlet."</i>
Q ₈	Saran untuk website Dispora? <i>"Pengennya sih lebih menampilkan tentang atlet-atlet PPLP, perkenalkan ke masyarakat ternyata atlet PPLP itu ada, bahkan orang sini aja belum tahu tentang atlet PPLP itu dimana apa. Biar lebih tahu orang-orang."</i>
Q ₉	Harapan kamu untuk website Dispora? <i>"Harapan saya sih biar lebih banyak pengunjung apalagi biar cepet tersebar di sekolah juga. Guru juga ga tau kalau dia ini atlet. Teman-teman juga ada yang tahu dan ada juga yang belum."</i>

Keterangan : I₆ = Atlet PPLP Provinsi Banten

Q = Pertanyaan dan jawaban wawancara

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 11 Juli 2018,
Pukul 16.00 WIB s.d selesai, di PPLP Dispora Provinsi Banten.

Matrik Hasil Wawancara Setelah Reduksi Data

Pengelolaan Website

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

I Q	Apakah anda mengetahui website dispورا.bantenprov.go.id dan Apakah anda pernah mengunjungi/mengakses website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>“Mengunjungi pernah. Tahu.” “Sering.”</i>
I ₅	<i>“Sudah, sudah pernah mengunjungi.”</i>
I ₆	<i>“Pernah mengunjungi website Dispora untuk mengakses data-data atlet di PPLP ini.”</i>

I Q	Sosial media apa saja yang dimiliki oleh Dispora selain <i>website</i>? Apakah semua sosial media itu aktif? Apakah semua sosial media itu terhubung (<i>link</i>) di <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Memang banyak sekali yah medsos sekarang, kita ada facebook ada whatsapp tapi sekarang kita lebih ke WA karena kita dari pimpinan sampai staf bisa menyeluruh tapi itu untuk internal yah.”</i>
I _{3.1}	<i>“Selain website, kita punya media sosial yang biasa digunakan oleh pemuda pemudi yaitu facebook yang baru aktif sebenarnya di tahun 2018, kita coba di website dan di facebook supaya informasi muncul di beberapa media elektronik.” “Nge link, jadi kalau mau ngebuka facebook bisa ngambil dari website.” “Selama datanya ada, jaringannya bagus ga da masalah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kita ada media informasi selain website kita ada link ke facebook.” “Ada, kita ada website dari Provinsi Banten yang di buat khusus oleh Pemprov Banten seperti Sirup, Portal Banten, PPID dan lain sebagainya.”</i>

I _{3.3}	<p>“Kita ada facebook, : https://web.facebook.com/Disporabanten bisa di akses, di facebook itu juga merangkum kegiatan-kegiatan Dispora, tapi bisa di akui juga sosial media ini belum terlalu aktif, kita fokusnya ke website. Kalau instagram saat ini belum, tapi rencana sampe ke situ juga. Iya facebook terhubung, kan ada link tinggal klik otomatis langsung terhubung.”</p> <p>“Kita ada portal banten, kemenpora, kita juga ada PPID, karena transparansi kita ada sirup jadi untuk mengetahui pengadaan-pengadaan Dispora ga perlu dateng kesini tinggal klik aja. Bisa diakses otomatis.”</p>
------------------	--

I Q	Selain melalui laptop, apakah website bisa di akses melalui handphone?
I ₂	“Iyah bisa kok bisa.”
I _{3.1}	“Selama jaringannya ada, bisa.”
I _{3.2}	“Kan di handphone itu ada yang namanya tampilan menu android, malah semakin simpel, tapi hp nya yang android yah kalau yang hp jadul malah ga bisa di akses.”
I _{3.3}	“Saya pernah, bisa yang penting hpnya android hehe.”
I ₆	“Pernah. Bisa diakses lewat handphone dan gampang mengaksesnya tinggal ke web nya aja.”

2. Tersedia kontak informasi (*contact information*)

I Q	Apakah pada website dispورا.bantenprov.go.id terdapat kontak informasi tentang Dispora? Kontak apa saja yang terdapat pada website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Ya, kita ada contact person, email PPID juga, atau bisa langsung ke sekretariat kita.”</i>
I _{3.1}	<i>Website itu standarnya yah khusus untuk publik harus terdiri dari alamat, nomor kontak, kotak saran, itu ada standar website untuk pemerintah daerah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Ada, kontaknya seperti email.”</i>
I _{3.3}	<i>Oh kita ada PPID.Dispورا@bantenprov.go.id bisa ngirim email langsung dan ada sekretariat.dispora@bantenprov.go.id. Mudah, tinggal klik, kirim, nanti kita balas.”</i>

I Q	Apakah kontak tersebut dapat dengan mudah dihubungi?
I _{3.1}	<i>“Kalau dari kontak saran kita belum pernah tapi kalau dari email kita pernah ada beberapa dari pihak luar yang mau bekerjasama dengan website Dispورا khususnya bagian aplikasi, kita tanggapi dan alhamdulillah secara kontak sarannya sudah kita penuhi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Itu mudah dihubungi, tapi bukan 24 jam yah, dalam arti jam kerja.”</i>
I _{3.3}	<i>Mudah, tinggal klik, kirim, nanti kita balas.”</i>

I Q	Informasi apa saja yang menjadi permintaan dari pengunjung/pengakses?
I _{3.1}	<i>“Kalau dari kontak saran kita belum pernah tapi kalau dari email kita pernah ada beberapa dari pihak luar yang mau bekerjasama dengan website Dispورا khususnya bagian aplikasi, kita tanggapi dan alhamdulillah secara kontak sarannya sudah kita penuhi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Ada, seputar kepemudaan sebagai contoh syarat-syarat ikut serta dalam PPAN, KPN, itu banyak pasti yang minta.”</i>
I ₄	<i>”Yang dibutuhkan itu kegiatan di bidang kepemudaan, khususnya di bidang kepemudaan.”</i>

I ₅	<p><i>“Tersedia karena ada beberapa konten.”</i></p> <p><i>“Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga.”</i></p>
----------------	---

I Q	Bagaimana respon pengelola (<i>user</i>) dalam menanggapi permintaan dari pengunjung/pengakses? Berapa lama waktu untuk tindak lanjut permintaan dari pengunjung/pengakses?
I ₂	<p><i>“Tentu saja namanya kan sekarang sudah keterbukaan informasi publik, jadi sudah ada Undang-undangnya. Khawatir ada sanksinya bagi badan publik atau pejabat yang tidak bisa memberikan informasi publik. Tapi tentunya informasi-informasi yang positif. Selama itu untuk kepentingan bersama kita welcome.”</i></p> <p><i>“Rasanya ada yah aturannya 14 hari kerja namun kalau kita secepatnya yah kita tanggapi.”</i></p>
I _{3.1}	<p><i>“Iya pasti direspon, karena itu merupakan salah satu standar operasional pengelolaan website, pelayanan informasi. Kita disini ada khusus tenaga ahli yaitu Bapak Adit, beliau yang langsung menginformasikan kepada saya selaku pengawas website lah yah ketika ada permintaan informasi kita balas.”</i></p>
I _{3.2}	<p><i>“Kalau itu tentatif, gak bisa di tentukan. Karena kita kekurangan dari segi SDM nya, mangkanya dari segi penanggapannya itu kalau kitanya masih di hari jam kerja, kita tidak memiliki kesibukan yang lain, otomatis di tanggapi secepat mungkin.”</i></p>
I _{3.3}	<p><i>“Insha Allah ditanggapi. Kalau kritik dan saran ada sebagai bahan masukan untuk memperbaiki, dan kita akui bahwa website kita gak sempurna, mangkanya kita juga terima kritik dan saran, mungkin kurang update, kurang apa, silahkan ke email aja Insha Allah ditanggapi. Ada juga beberapa yang ke email itu mengenai kegiatan-kegiatan Dispora, kayak kemaren itu permohonan menjadi peserta PPAN (pertukaran pemuda antar negara), kemudian cara mendapatkan bantuan-bantuan sosial itu kaya gimana dll.”</i></p> <p><i>“Kalau waktu, memang saat-saat tertentu karena kesibukan, saya memang merangkap di PEP. Di datin juga, saya merangkap di bidang evaluasi, pelaporan barang dan jasa dan sebagainya. Saya akui juga ada sedikit kekurangan saya lah tapi saya balas sehari dua hari lah.”</i></p>
I ₄	<p><i>“Sering. Dijawab dan responnya baik.</i></p>

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

I Q	Bagaimana mengatur penempatan informasi pada <i>website</i> dispora.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	“Kalau ketentuan tidak ada, cuma kita ada tim grafis yang menempatkan posisi berita sebelah mana jadi ketika orang ngebuka seneng, seneng dulu aja melihat, lama-lama pastikan membaca ujung-ujungnya, untuk ketentuan di peraturannya juga tidak ada.”
I _{3.2}	“Oh kalau itu disebutnya pengaturan konten yah, isi <i>website</i> itu ada aturan mainnya, ada gaya bahasanya, gaya isinya, penulisannya kita ikuti aturan yang telah ditetapkan oleh Bahasa Indonesia yang baik, itu dari kiri ke kanan kalau ga salah.”
I _{3.3}	<p>“Ada pembaharuan di tahun 2016 di zamannya Bapak Ali Fadilah, ketika kita ngobrol dengan Pak Ali beginilah konsepnya, dari profil, di berita ada kepemudaan dan keolahragaan, galerry, informasi, e-book, PPID, dan download, kalau download itu misalkan ada file dari kabupaten kota tentang pendaftaran apa persyaratannya apa bisa download disini.”</p> <p>“Nah stateginya selain kita itu membaca dari kiri ke kanan, berita juga tergantung dari tanggal, yang teratas biasanya merupakan informasi yang terbaru.”</p>

I Q	Menu apa saja yang terdapat pada <i>website</i> dispora.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	“Kalau menu kita ada profil, berita, informasi, ada konten PPID standar Undang-undang keterbukaan informasi itu harus ada, kita juga ada download. Berfungsi, kita percuma kalau kita menampilkan konten yang ga bisa di akses untuk apa.”
I _{3.2}	“Yang pasti pertama itu profil nah itu ada macem-macem ada sejarahnya, ada struktur organisasinya, ke menu berikutnya itu berita seputar kepemudaan dan keolahragaan, kemudian ada menu informasi, kemudian ada menu pelayanan publik namanya PPID bisa masyarakat memberikan saran ke PPID kita. Menu berikutnya e-book, e- book itu fungsinya semacam file pdf untuk menerangkan syarat-syarat mengikuti kegiatan misalnya KPN atau PPAN.”

I Q	Menu dan informasi apa yang lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung/pengakses?
I _{3.1}	<i>“Lebih banyak berita, tapi ada juga yang membuka akses keterbukaan informasi.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang paling banyak d klik di menu informasinya.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau saya lihat sih lebih banyak mengakses berita kayak kemaren kita ada berita tentang festival pekan olahraga tradisional, popda (pekan olahraga pelajar daerah) dan lain sebagainya.”</i>

I Q	Apakah menu dan informasi seperti berita dan artikel mudah diakses dengan cepat?
I _{3.2}	<i>“Mudah.”</i>
I _{3.3}	<i>“Iya mudah, masyarakat tinggal buka hp ketik Dispora banten tinggal klik nyari berita yang diinginkan.” “Jika tidak bisa diakses, yang pertama servernya lagi error, Insha Allah bisa, memang kemaren sempet server kita lagi down, tapi ga setiap hari. Kita kan di awasi oleh Kominfo.”</i>

I Q	Apakah ada perbedaan letak informasi ketika di akses melalui laptop dengan di akses melalui handphone?
I _{3.2}	<i>“Kan di handphone itu ada yang namanya tampilan menu android, malah semakin simpel, tapi hp nya yang android yah kalau yang hp jadul malah ga bisa di akses.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau dari segi tampilan agak sedikit berbeda karena kalau di hp kecil, tinggal di zoom saja.”</i>

4. Pewarnaan (*use of color*)

I Q	Bagaimana komposisi warna dalam <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	“Kalau untuk warna kita menyesuaikan, kalau tampilan <i>Dispora</i> sendiri itumah pihak dari aplikasi yang menentukan. Tidak ada maksud tertentu yang penting gambarnya terlihat enak, menarik, tidak mengganggu pengunjung dan tidak mengganggu tampilan <i>website</i> .”
I _{3.2}	“Sejauh ini kita mengikuti oleh <i>Kominfo</i> itu tampilan utamanya putih sama biru kita tidak bisa merubah, karena kalau mau merubah harus ijin dulu ke <i>Kominfo</i> .”
I ₆	“Tampilannya sih bagus, cuma kurang bergairah semangat gitu, kurang ada olahraga-olahraganya gitu, cuma udah bagus.” “Pengennya layarnya di <i>full</i> -ini terus ada gambar olahraganya. Untuk warna pengennya warna merah, hitam, dan emas biar bersemangat.”

I Q	Apakah ada arti atau maksud tertentu dari komposisi warna pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	“Kalau untuk warna kita menyesuaikan, kalau tampilan <i>Dispora</i> sendiri itumah pihak dari aplikasi yang menentukan. Tidak ada maksud tertentu yang penting gambarnya terlihat enak, menarik, tidak mengganggu pengunjung dan tidak mengganggu tampilan <i>website</i> .”
I _{3.2}	“Itu tidak ada, dari <i>Kominfo</i> itu mah.”
I _{3.3}	“Kalau saya tidak begitu ke warna, ininya mah lihat fungsinya, enak, jelas, gak ribet, cuma dua warna biru sama putih, ini juga ga ada kaitannya dengan warna partai yah.”

5. Mudah Penggunaan

I Q	Apakah <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id muncul pada urutan paling atas pada mesin pencarian <i>google</i>?
I _{3.1}	<i>“Kalau kata kuncinya pas dia muncul paling atas.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau selama ini, yang kita pantau dari segi kunjungan Dispora itu bukan di katakan yang pertama, kan Dispora itu bukan Dispora Banten aja. Kalau kata kuncinya <i>website</i> Dispora Banten itu pasti muncul pertama, kalau kata kuncinya Dispora itu tentatif.”</i>
I _{3.3}	<i>“Bisa, asal mengetiknya <i>website</i> Dispora Banten.”</i>

I Q	Bagaimana fungsi <i>back</i> dan <i>next</i> pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Gak ada, kita selalu cek, setiap minggu kita updating.”</i>
I _{3.2}	<i>“Selama ini yang kita perhatikan tidak masalah, lancar-lancar saja.”</i>
I _{3.3}	<i>“Bisa, misalnya kita ke home, ke menu berikutnya, balik lagi, ga ada masalah.”</i>

I Q	Apakah setiap menu pada <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id sudah berfungsi secara maksimal?
I ₂	<i>“Saya rasa sudah bagus semua kecuali kalau ada masalah jaringan di luar dari kemampuan kita.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau maksimal Insha Allah maksimal, tapi ada menu seperti video yang memang belum baik , kita ingin adakan e-book, sedang membuat buku, buku ini nantinya bisa diakses , di upload.”</i>

I Q	Apakah link <i>website</i> ketika di <i>share</i> sudah benar?
I _{3.3}	<i>“Benar, linknya https://dispورا.bantenprov.go.id/ kita juga sosialisasikan <i>website</i> lewat baju kegiatan dengan cara menyematkan alamat <i>website</i> kita di situ.”</i>

I Q	Apakah terdapat hambatan dalam mengakses <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.3}	<i>“Hambatannya satu, kalau ga ada data internet.”</i>

6. Bertujuan

I Q	Apakah tujuan pembuatan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₁	<i>“Dengan keterbukaan informasi ini masyarakat berhak mengetahui informasi karena untuk saat ini semua mengaplikasikan dalam bentuk e-elektronik. Mungkin ada interest nya juga ya terkait e-government itu terkait pengelolaan pemerintahan yang baik semua informasi harus cepat tepat didapatkan oleh masyarakat”.</i>
I ₂	<i>“Seperti yang sudah saya kemukakan tadi bahwa <i>website</i> merupakan sajian layanan informasi yang menggunakan konsep hyperlink untuk memudahkan baik untuk pengguna maupun publik. Jadi bisa untuk memberikan informasi.”</i>
I _{3.1}	<i>“Ya kalau bicara tujuan apa yang di amanatkan Undang-undang tahun 2008 tentang keterbukaan informasi sesuai pasal 9, 10, 11 memang kita diwajibkan untuk menginformasikan, mempublikasikan kepada masyarakat dan itu wajib hukumnya. Selain itu kita juga ingin menginformasikan kepada masyarakat kegiatan-kegiatan di Dispora sehingga masyarakat bisa tau termasuk juga agenda keolahragaan, atlet-atlet Dispora bisa dilihat di <i>website</i> Dispora.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama untuk pelayanan informasi kepada masyarakat sudah diatur dalam Undang-undang keterbukaan informasi publik.”</i>
I _{3.3}	<i>“Sesuai dengan Undang-undang keterbukaan informasi publik itu salah satunya, bahwa Dispora melakukan apa bisa kita lihat.”</i>

I Q	Bagaimana informasi yang terdapat pada website dispora.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Hampir sama ya, tapi tahun ini tentang olahraga yah.” “Seputar bidang kepemudaan dan keolahragaan juga mitra-mitra kita.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau untuk berita setiap yang berbau olahraga, kepemudaan, kita pasti meng update karena itu memang ruang lingkup Dispora, tugas pokok dan fungsi Dispora.”</i>

I Q	Berapa kali dalam seminggu berita/artikel dalam website di update?
I ₂	<i>“Pertama kalau pas sudah kegiatan, berita dalam satu tahun kita simpan dan terus bertambah beritanya.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau untuk berita tergantung dari kegiatan di Dispora sendiri tentatif ya ga bisa di prediksi.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau disini kita tergantung dari kegiatan, seperti kemarin ada kegiatan kita langsung meluncur kesana dan kita menyediakan data yang ada disana, biar masyarakat tau bahwa Dispora Provinsi Banten melaksanakan kegiatan sesuai Undang-undang keolahragaan dan kepemudaan.”</i>

I Q	Apakah terdapat promosi pada website dispora.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Selama ini kegiatan yang sifatnya nasional kita informasikan seperti Popnas, Powil Popda, termasuk juga surat edaran dari Kementerian Luar Negeri terkait Asian Games, Pemerintah Daerah berkewajiban mempublikasikan, jadi kita masukin dalam tampilan website sehingga masyarakat tahu bahwa Indonesia ini akan menyelenggarakan Asian Games yang ke 18.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kita ada banner selamat bertanding atlet Popda, kita sedang ramai ramainya Asian Games sebagai sosialisasi Asian Games.”</i>

I Q	Apakah terdapat kepentingan komersial pada website dispora.bantenprov.go.id?
I _{3.1}	<i>“Kita kan pemerintah daerah kalau ada bahasa komersial tidak boleh lah, harus sesuai dengan apa yang sudah diamanatkan oleh peraturan perUndang-undangan.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau untuk kepentingan komersial tentu tidak karena kita sifatnya dinas, kan pelayanan kepada masyarakat, jadi tidak bakal ada.”</i>
I _{3.3}	<i>“Gak ada.”</i>

I Q	Apakah informasi yang terdapat pada website dispora.bantenprov.go.id digunakan sebagai informasi atau referensi bagi pihak pers?
I ₂	<i>“Sepertinya iyah mereka kan tinggal klik aja, kadang-kadang saya pernah melihat suatu media, ternyata media itu juga isinya sama dengan yang di kita, padahal kita lebih dulu.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kita bisa bekerja sama dengan media terkait informasi, jadi kita bertukar informasi sehingga penuangan berita-beritanya tidak rancu.”</i>
I _{3.2}	<i>“Itu ada yaa.”</i>
I _{3.3}	<i>“Pernah, seperti juga mereka meminta foto-foto kegiatan maupun video.”</i>

I Q	Saran apa saja dari pengunjung/pengakses pada website dispora.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam email website?
I ₂	<i>“Kalau kritik dan saran ada juga sih, biasanya seputar update kegiatan kemudian ada yang meminta informasi untuk bisa berpartisipasi dalam kegiatan Dispora bagaimana.”</i>
I _{3.1}	<i>“Saran sih sebenarnya mereka lebih ingin bekerja sama terkait pengelolaan website, namun kan kita sudah punya pengelola website.”</i>

I _{3.2}	<i>“Paling saran yang kami terima itu dari isi beritanya. Kalau masyarakat inginnya update terus.”</i>
I _{3.3}	<i>“Tentang updating, karena kan tidak setiap hari kita update, tergantung dari kegiatan sedangkan pengunjung inginnya terus update.”</i>

I Q	<i>Complain apa saja dari pengunjung/pengakses pada website dispora.bantenprov.go.id yang masuk ke dalam email website?</i>
I ₁	<i>“Sampai saat sekarang sih belum.”</i>
I ₂	<i>“Kalau komplain kita belum ada, masih aman-aman aja.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau komplain terus marah-marah belum ada.”</i>
I _{3.3}	<i>“Ada sedikit dari segi tampilan dan update berita.”</i>

Pembentukan Citra

1. Persepsi

I Q	Informasi dan menu apa yang anda akses pada website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>“Informasi disana ya tentu informasi tentang pemerintahan khususnya tentang seputar bidang olahraga dan kepemudaan.”</i>
I ₅	<i>“Tersedia karena ada beberapa konten.” “Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga.”</i>
I ₆	<i>“Menurut aku sih sudah lumayan lengkap, udah ada data-data Dispora, atlet Provinsi Banten, bisa tahu senior-senior, dan kegiatan Dispora.”</i>

I Q	Apakah informasi yang anda butuhkan tersedia pada website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>“Kalau masalah kekurangan sih pasti ada ya tapi untuk saat ini ini cukup bagus.” “Hasil pengumuman atau hasil kegiatan seleksi itu tidak langsung ke website, itu yang lambatnya, satu. Terus tidak langsung ibaratnya informasi ke kabupaten/kota.”</i>
I ₆	<i>“Menurut aku sih sudah lumayan lengkap, udah ada data-data Dispora, atlet Provinsi Banten, bisa tahu senior-senior, dan kegiatan Dispora.”</i>

I Q	Bagaimana pandangan terhadap website dispورا.bantenprov.go.id?
I _{3.2}	<i>“Website kita masih terkendala oleh tampilannya, kurang menarik. Kita juga tidak bisa mengubah tampilan itu kewenangannya ada di Kominfo.”</i>
I ₄	<i>“Website itu kan kita mengacu pada e-governmet. Kalau berbicara tentang e-government itu ada istilah G to C, G to B, G to G. Government to citizen, government to business, government to</i>

	<p><i>government. Jadi, apa yang ada didalam website harus memenuhi ekspektasi dan kebutuhan informasi masyarakat. Itu yang paling idealnya. Untuk itu, perlu adanya semacam penguatan. Penguatan sistem IT yang ada di pemerintahan. Untuk itu, perlu adanya suprastrukturnya, infrastrukturnya, IT nya juga harus kuat termasuk tata kelolanya termasuk operatornya SDM nya juga. Itu yang paling penting dalam tata laksana sistem pemerintahan berbasis elektronik ataupun komunikasi menggunakan situs website.”</i></p>
--	---

2. Kognisi

I Q	<p>Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi/mengakses website dispورا.bantenprov.go.id, baik dari segi informasi, tampilan, dan sebagainya?</p>
I ₅	<p><i>“Saya pernah belajar tentang tampilan-tampilan pesan dalam komunikasi ya, kita melihat sudah cukup baik, tapi tentunya komposisi foto kan seperti ini ya, ini kan kurang apa ya presisinya kurang pas. Secara keseluruhan sudah baik tapi sisi informasi yang up to date nya belum muncul.”</i></p>

I Q	<p>Apakah informasi yang terdapat pada website dispورا.bantenprov.go.id dapat dipercaya dan menghindari hoax?</p>
I ₂	<p><i>“Dapat, karna kita kalau ga salah tahun 2017 Dispورا masuk sepuluh besar keterbukaan publik di Provinsi Banten.”</i></p>
I _{3.2}	<p><i>“Iya, dapat dipercaya, akurat.”</i></p>
I ₅	<p><i>“Bisa.”</i></p>

I Q	<p>Seberapa penting keberadaan website dispورا.bantenprov.go.id bagi anda?</p>
I ₂	<p><i>“Kalau menurut saya dimasa sekarang ini keberadaan website sangat penting sekali, selain kita bisa memberikan informasi ke publik, kita juga bisa mendapatkan informasi dari luar untuk kita.”</i></p>
I _{3.1}	<p><i>“Sebenarnya website ini bukan berdampak baik ya tapi memang diharuskan oleh peraturan sehingga berdampak ke kebutuhan informasi terkait olahraga, kepemudaan, sehingga masyarakat</i></p>

	<i>mudah mengakses informasi artinya kemanfaatan yang bagus lah yah."</i>
I _{3.2}	<i>"Kalau menurut saya pribadi ya, keberadaan website itu penting karena sebagai media informasi bagi kita, apalagi informasi tentang kepemudaan dan olahraga itu sifatnya ada di masyarakat, berarti kita selalu di kategorikan masyarakat jadi harus ada yang bersifat informasi. Butuh sih."</i>
I _{3.3}	<i>"Bagi saya sangat sangat baik, karena apa? Karna masyarakat bisa tau bagaimna Dispora, kita sosialisasikan bahwa Dispora ada kegiatan ini lho. Sangat sayang jika ada kegiatan besar tidak diketahui oleh masyarakat luas."</i>
I ₄	<i>"Sangat penting karena itu memudahkan kita untuk tahu informasi-informasi, kegiatan-kegiatan Dispora, baik itu di bidang pemuda, olahraga, di lingkungan Dispora. Sangat penting, harus."</i>
I ₆	<i>"Penting sih jadi lebih terarah organisasinya, terus kita juga bisa tahu nih orang-orang Dispora gimana, agenda kejuaraan kita ini gimana, kita juga bisa tahu tentang atlet senior kita, prestasi, tahu tentang data-data teman-teman kita sesama atlet."</i>

3. Motivasi

I Q	Apa motif/kepentingan/tujuan anda dalam mengakses atau mengunjungi website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₄	<i>"Yang dibutuhkan itu kegiatan di bidang kepemudaan, khususnya di bidang kepemudaan."</i>
I ₅	<i>"Informasi publik saja tentang kepemudaan dan olahraga."</i>
I ₆	<i>"Pernah mengunjungi website Dispora untuk mengakses data-data atlet di PPLP ini."</i>

I Q	Berapa banyak pengunjung website dispورا.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>"Nah kalau dari jam kerja tidak kurang dari 60 hingga 70 an dalam satu hari kalau sampe satu bulan tinggal kalikan saja 30 yah. Sebagai catatan yah seminggu ini kita udah ada di atas seribu nah"</i>

	<i>berarti kurang lebih ada empat ribuanlah sebulan.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau itu sih beragam itu tergantung isi beritanya aja, kalau beritanya berisi informasi yang sedang di butuhkan oleh kepemudaan keolahragaan itu pasti pengunjungnya banyak. Kalau hanya sekedar informasi yang tidak begitu berarti otomatis tidak ada pengunjung, atau bahkan kurangnya pengunjungnya.”</i>

I Q	Apa saja faktor-faktor yang mendukung pengelolaan website dispora.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Bahwa dalam satu kegiatan yang harus di dukung oleh man, machine, methode dan money. Dari keempat itu memang ada ketergantungan kalau ada money nya tapi tidak ada man nya gak akan jalan juga.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau untuk diklatnya kita belum menjalani hanya sekedar rapat-rapat ada undangan untuk peningkatan kapasitas aparatur terkait website ada cuma kalau bimbingan teknis lebih lanjutnya kami belum pernah mengikuti.”</i>
I _{3.3}	<i>“Alhamdulillah pengunjung website Dispora perbulannya mencapai ratusan hingga ribuan. Bisa nyampe tiga ribu, empat ribuanlah, perhari ini aja udah ratusan. Alhamdulillah berarti animo masyarakat terhadap kegiatan Dispora itu sangat besar. Jadi apa yang dilakukan bisa dilihat, seperti kemaren ada festival, kita juga ada torch relay asian games dan lain sebagainya, website ini juga banyak item-item lainnya.”</i>

4. Sikap

I / Q	Apakah keberadaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id berdampak baik bagi citra Dispora Provinsi Banten?
I _{3.2}	<i>“Tentunya kalau citra positif menimbulkan nilai baik.”</i>
I _{3.3}	<i>“Sangat sangat meningkatkan citra positif Dispora.”</i>
I ₄	<i>“Bisa.”</i>
I ₅	<i>“Menurut saya berdampak. Satu hal, masyarakat bisa mengakses informasi dan itu membentuk semacam kredibilitas dinas itu sendiri di mata pengguna karena banyak informasi-informasi yang menunjukkan kebijakan-kebijakan di bidang kepemudaan dan olahraga, kegiatan-kegiatannya, dan program-program kerjanya.”</i>

I / Q	Apakah dengan adanya <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten? Citra seperti apa yang terbentuk?
I ₄	<i>“Kalau dibilang baik ya baik. Tergantung pendapat dari setiap orang. Dengan adanya <i>website</i> Dispora, mudah-mudahan semakin baik lah.”</i>

I / Q	Apakah dilakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id ?
I _{3.1}	<i>“Kita biasanya jika ada kegiatan-kegiatan keolahragaan kita suka menayangkan alamat <i>website</i> Dispora pada pakaian olahraga sehingga masyarakat bisa tau.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama untuk sosialisasinya kita melalui speak aja atau omongan yang kedua itu kita melalui media sosial di facebook otomatis masyarakat tau <i>website</i> kita.”</i> <i>“Kalau terjun langsung belum, hanya melewati media sosial saja.”</i>
I _{3.3}	<i>“Benar, linknya https://dispورا.bantenprov.go.id/ kita juga sosialisasikan <i>website</i> lewat baju kegiatan dengan cara menyematkan alamat <i>website</i> kita di situ.”</i> <i>“Salah satunya ketika rapat selalu menyebutkan alamat <i>website</i> Dispora untuk diakses dan menyematkan di kaos kegiatan kita juga</i>

	<i>ingin membuat stiker alamat website untuk di mobil.”</i>
--	---

I Q	Apa saja faktor-faktor yang menghambat pengelolaan website dispora.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Bahwa dalam satu kegiatan yang harus di dukung oleh man, machine, methode dan money. Dari keempat itu memang ada ketergantungan kalau ada money nya tapi tidak ada man nya gak akan jalan juga.”</i>
I _{3.1}	<i>“Hambatan yaang sifatnya besar tuh ga ada sebenarnya, memang kalau misalnya ada kegiatan di luar jangkauan jaringan kita memang kesulitan. Setiap kita meng update berita itu kan di sebuah lokasi kegiatan itu kan kita langsung.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kita terkendala yang namanya server, nah kalau server dari Kominfonya bermasalah otomatis server kita juga bermasalah. Semakin lancar server induknya, kita juga semakin lancar.”</i> <i>“Seperti yang tadi disampaikan kita terhambat dari segi server saja kita juga kekurangan tenaga SDM nya, belum tentu kita setiap hari bisa meng update informasi di Dispora karena kita juga SDM nya penempatannya gak selalu di website, kita ada tupoksi lain merangkap.”</i>

I Q	Bagaimana dengan SDM pengelola website? Apakah sudah sesuai dengan pendidikan? Apakah jumlahnya dirasa sudah cukup?
I ₂	<i>“Kita yang menangani khusus, kurang lebih ada tiga orang. Mulai dari operator, terus bagian input, termasuk bagian lapangan.”</i> <i>“Kalau pas, itu tentatif yah. Kalau pas kegiatannya bentrok atau berbarengan karena di kita tuh ada 28 kegiatan. Satu kegiatan ada beberapa kegiatan lagi. Bisa seratusan lebih. Kalau pas lagi berbarengan kita memang kekurangan.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau di Dispora kita memilih latar belakang yang sudah sesuai, kita sudah ada sehingga didalam pengelolaannya mudah karna mereka sudah memahami. Kalau jumlah memang kita kan ada yang satu untuk pembuatan artikel, yang satu untuk tenaga operator yang fungsinya untuk meng update berita di website. Kita sudah ada dua tenaga ahli lah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Dari segi SDM, kita perlu ada penambahan dari segi SDMnya, perlunya staf pengelola websitenya, dia benar-benar tau bagaimana</i>

	<i>mengelola website. Dan dari segi pendidikan juga penting sehingga berita yang ditayangkan tidak hoax.”</i>
I _{3.3}	<i>“Jujur kita kekurangan SDM tenaga ahli website, satu kita butuh pelatihan dan butuh orang juga, karna memang kan saya juga merangkap, saling gantian.”</i>

I Q	Bagaimana dengan informasi di website? Apakah menurut anda sudah optimal?
I _{3.1}	<i>“Kalau bicara maksimal kita belum maksimal karena kan media itu makin kedepan makin berubah, teknologi media itu cepat perubahannya sehingga kita juga harus bisa menyesuaikan teknologi yang sudah cepat perubahannya, jadi tiap tahun, kita selalu updating, namanya updating aplikasi website sehingga menyesuaikan teknologi-teknologi yang sekarang.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau dikatakan optimal sih belum, karena yang saya katakan itu, belum update 100 %. Itu aja.”</i>
I ₅	<i>“Kalau dilihat dari sisi akrualnya memang informasi disini kan terakhir diupdate per bulan Juni ya jadi kurang update aja jika dilihat kita sebagai pengguna. Jadi harus sering di update informasi-informasi akrualnya.”</i>

I Q	Bagaimana dengan tampilan website? Apakah menurut anda sudah baik?
I _{3.1}	<i>“Kalau bicara maksimal kita belum maksimal karena kan media itu makin kedepan makin berubah, teknologi media itu cepat perubahannya sehingga kita juga harus bisa menyesuaikan teknologi yang sudah cepat perubahannya, jadi tiap tahun, kita selalu updating, namanya updating aplikasi website sehingga menyesuaikan teknologi-teknologi yang sekarang.”</i>
I ₅	<i>Dari segi tampilan secara keseluruhan baik. Dan saya rasa lebih kepada infrastrukturnya, kalau infrastruktur dari pengelolaan website ini yang berpusat di Kominfo harus mampu menampung berapa banyak orang yang mengakses dalam waktu yang bersamaan. Tampilan secara umum bagus, ada semacam ornamen-ornamen yang khusus tentang olahraga ya dan kepemudaan.</i>

I Q	Bagaimana dengan instrumen pendukung dalam peliputan kegiatan? Apakah menurut anda sudah terpenuhi?
I ₂	<i>“Kalau alat saya sadari belum secanggih ini yah tapi kita memanfaatkan aja alat yang ada. Kadang-kadang pc pc nya website ini dipakai untuk kerja juga.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau terkait sarana prasarana pengelola informasi kita ada beberapa alat yang belum kita punya tahun depan kita ingin menganggarkan termasuk kamera, alat rekam.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau sarana prasarana bukan kurang mendukung tapi kurang maksimal karena kita hanya dibantu oleh satu kamera satu tape recorder dan satu handycam. Idealnya kita minimalnya punya dua pasang semuanya.”</i>
I _{3.3}	<i>Kalau saya pribadi, alat terfasilitasi tapi masih kurang, butuh kamera tele, saya pernah dibengkulu memfoto atlit selancar kan jauh, kalau kamera biasa gak kelihatan, pecah. Yang kelihatan hanya ombaknya saja.”</i>

I Q	Apakah sudah ada rencana untuk menampilkan siaran langsung atau streaming pada website?
I ₂	<i>“Iya kedepannya kita akan berusaha untuk terus lebih baik lagi.”</i>
I _{3.1}	<i>“Ya, rencananya juga begitu, menampilkan audio visual, memang ke depan kita akan mencoba memasukan streaming tersebut.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau rencana, kita pasti ada baru dicanangkan.”</i>
I _{3.3}	<i>“Ada alat-alat yang harus dibeli, ada rencana streaming untuk memperbagus website.”</i>

I Q	Apa saja yang telah dilakukan untuk meminimalisir faktor-faktor penghambat pengelolaan website dispora.bantenprov.go.id?
I ₂	<i>“Yang paling sering kendala itu masalah jaringan, ada faktor dari cuaca juga ada, kemudian kan kita tersentralisir ke Kominfo jadi kesitu, dulukan tersendiri mengelola jaringannya sendiri. Sekarang karena servernya di Kominfo jadi kadang-kadang ada kendalanya saking banyaknya jaringan. Kalau ada kendala-kendala paling kita</i>

	<i>koordinasi aja gitu.”</i>
I _{3.1}	<i>“Faktor-faktor penghambat pengelolaan website itu salah satunya masalah jaringan sebetulnya. Untuk SDM, kita sudah ada tinggal jaringan. Paling regulasi dari pengelolaan website itu sendiri. Regulasi itu yang bisa merumuskannya dari Kominfo. Website seperti apa yang boleh tayang di masing-masing OPD. Kalau misalnya ada regulasinya memudahkan kita mengelola websitenya seperti apa.”</i>
I _{3.2}	<i>“Pertama kita komunikasikan dengan server induk kenapa sih servernya sering ada gangguan nah jawabannya ada di server induk karena bukan ranah kewenangan kami.”</i>
I _{3.3}	<i>“Pengajuan alat-alat peliputan, sering bertanya ke Kominfo, dan mengikuti pelatihan-pelatihan untuk menambah ilmu.”</i>

I Q	Apakah dengan adanya website dispورا.bantenprov.go.id banyak pengunjung yang merespon positif atau negatif mengenai citra Dispora Provinsi Banten?
I ₂	<i>“Alhamdulillah pengunjungnya positif lah, websitenya juga banyak dikunjungi, responnya bagus.”</i>
I _{3.1}	<i>“Kalau melihat statistik pengunjung sih alhamdulillah banyak positif yah hampir ratusan hingga ribuan malah.”</i>
I _{3.2}	<i>“Merespon kearah positif.”</i>
I _{3.3}	<i>“Kalau menurut saya responnya positif terlihat dari jumlah pengunjung bahwa masyarakat pengen tau tentang Dispora.”</i>
I ₄	<i>“Kalau dibilang baik pasti baik. Kalau dibilang kurang, pasti ada ada kurangnya, ada aja sih.”</i>

I Q	Apakah pengelolaan website dispورا.bantenprov.go.id sudah sesuai dengan visi dan misi Dispora Provinsi Banten?
I ₁	<i>“Sudah.”</i>
I _{3.1}	<i>“Ya memang website itu salah satu standar berita atau isinya harus sesuai dengan visi misi Dispora kalau visi misi Gubernur Banten kita sudah tuangkan, uraian tugas dari Dispora juga sudah, bisa dilihat dari profil Dispora dan nama-nama pejabat Dispora juga bisa dilihat di website Dispora.”</i>
I _{3.2}	<i>“Selama ini sudah sesuai.”</i>

I Q	Apakah pengelolaan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id dapat meningkatkan citra Dispora Provinsi Banten?
I ₁	<i>“Harusnya lebih baik lagi. Ya kan program kerja kita bisa terlihat oleh masyarakat bahwa Dispora juga berhasil, apalagi dalam bidang kepemudaan dan olahraga jadi masyarakat bisa tahu apa yang telah dilakukan Dispora selama ini.”</i>
I ₂	<i>“Saya rasa sangat, sangat sekali.”</i>
I _{3.2}	<i>“Pasti lah, pasti berdampak baik, pengunjung semakin banyak dikategorikan pasti citra Dispora bertambah bagus. Yang tadinya sudah bagus citranya semakin bagus.”</i>

I Q	Saran apa yang bisa anda berikan untuk perbaikan <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id?
I ₁	<i>“Yang pasti akan ditingkatkan dari isi-isi <i>website</i> tersebut agar masyarakat juga tertarik untuk melihat web nya Dispora.”</i>
I ₂	<i>“Tentunya dalam suatu kegiatan itu diibaratkan olahraga sepak bola kita itu bermain tim jadi antara pimpinan, middle hingga staf harus saling bekerja sama begitu.”</i>
I _{3.1}	<i>Dari pengelolaannya kita coba ada khusus tim yang mengelola <i>website</i> cuma di fokuskan. Jadi bukan dalam rangka untuk memenuhi pekerjaan yang sifatnya sudah memang kita inginkan tim itu di fokuskan pada pengelolaan <i>website</i>. Cuma kembali lagi SDM di Dispora tidak terlalu banyak memang kita usulkan kepada pimpinan untuk menambah tenaga khusus Dispora terkait masalah pengelolaan <i>website</i>.”</i>
I _{3.2}	<i>“Yang pertama otomatis pimpinan itu mengkomunikasikan dengan server induk melalui Kominfo bahwa untuk penambahan server di Dispora supaya tidak selalu gangguan. Standby dan bisa diakses.”</i>
I _{3.3}	<i>“Alat penunjang, kita butuh kamera tele dan kita juga ingin streaming.”</i>
I ₄	<i>“Memperbanyak program, menu, konten. Biar pemuda bisa berkreasi. Penayangannya juga harus lebih update.”</i>
I ₆	<i>“Pengennya sih lebih menampilkan tentang atlet-atlet PPLP, perkenalkan ke masyarakat ternyata atlet PPLP itu ada, bahkan orang sini aja belum tahu tentang atlet PPLP itu dimana apa. Biar lebih tahu orang-orang.”</i>

I Q	Apa harapan anda ke depannya mengenai <i>website</i> dispورا.bantenprov.go.id ?
I ₁	<i>“Website yang memang orang-orang tidak bosan untuk melihat web nya Dispora.”</i>
I ₂	<i>“Yang saya harapkan, website ini berguna khusus untuk dinas, untuk kemajuan provinsi, dan tentunya buat khalayak ramai.”</i>
I _{3.1}	<i>“Website itu merupakan media yang sifatnya semua orang harus tau, artinya sosialisasi informasi, terus isian berita itu sendiri dimasyarakat juga harus dimengerti apa yang kita tampilkan di website. Dan mudah-mudahan juga website Dispora akan terus menerus aktif dan siapapun pengelolanya akan terus berjalan.”</i>
I _{3.2}	<i>“Kalau harapan sih mudah-mudahan tampilannya menarik, informasinya selalu update banyak di akses, tenaga SDM kita ditambah lagi. Itu aja sih.”</i>
I _{3.3}	<i>“Harapannya, website Dispora bisa lebih baik dan lebih banyak dikunjungi, bisa bermanfaat bagi masyarakat juga bagi nusa dan bangsa.”</i>
I ₄	<i>“Lebih variatif, terutama dari segi tampilannya biar ga gitu-gitu aja, biar pengunjung juga tertarik dan ga bosan.”</i>
I ₅	<i>“Tentunya yang pertama informasinya harus up to date pada setiap kegiatan yang ditampilkan karena saat ini masyarakat menggunakan media sosial. Ini kan bisa di link ke media sosial. Jadi harus real time misalkan kegiatan hari ini harus dipublish hari ini, menit ini juga dan detik ini juga karena masyarakat sudah sangat cepat mengakses. Dari segi tampilan secara keseluruhan baik. Dan saya rasa lebih kepada infrastrukturnya, kalau infrastruktur dari pengelolaan website ini yang berpusat di Kominfo harus mampu menampung berapa banyak orang yang mengakses dalam waktu yang bersamaan. Tampilan secara umum bagus, ada semacam ornamen-ornamen yang khusus tentang olahraga ya dan kepemudaan.”</i>
I ₆	<i>“Harapan saya sih biar lebih banyak pengunjung apalagi biar cepet tersebar di sekolah juga. Guru juga ga tau kalau dia ini atlet. Teman-teman juga ada yang tahu dan ada juga yang belum.”</i>

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Al Dewi Suzana SE. M.Si
Pekerjaan : PNS
Jabatan : Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten
Usia : 48 Tahun
No. HP : 0818184296
Alamat : Jl. Semen Blok E3 NO 4-5 Cicur Permai
Rt 01 /Rw 20 Cipare Serang.

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 11 Juli 2018
Pukul : 14.29
Tempat : Kantor Dispora

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang, 11 Juli 2018



()

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NANANG SUTISNA
Pekerjaan : PNS
Jabatan : KASUBBAG PEP & KEU
Usia : 50 THW
No. HP : 081318078553
Alamat : Komplek KP3B - SERANG.

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

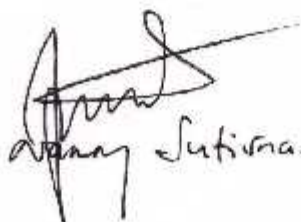
Hari/Tanggal : Rabu, 11 Juli 2018
Pukul : 13.00
Tempat : Kantor Dispora

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang,

2018


(Nanang Sutisna.)

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AGUS SANJATA
Pekerjaan : PNS
Jabatan : PELAKSANA
Usia : 39
No. HP : 087071203163
Alamat : Lmb. Karang. ferbang

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta


Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 3-7-2018
Pukul : 11.00 wib.
Tempat : Kantor Dispora

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang, 3 Juli 2018


(Agus. Sanjata)

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA. ANGGARA
Pekerjaan : STAF DISKOPAN BANJEN
Jabatan : Tim pengelola WEBSITE
Usia : 32
No. HP : 087771991946
Alamat : Link. KESAU JATHE RT. 006/019
KOTA SERANG

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : 09 Juli 2018
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Luminor Jambi

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang,

2018

()
EKA. ANGGARA

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Rizkillah
Pekerjaan : Pengelola website dispora
Jabatan : Staf
Usia : 31
No. HP : 0817 9051072
Alamat : Permata Bantul Atri 0.24 / 9

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Selasa / 3-7-2018
Pukul : 0.00 WIB
Tempat : Kantor Dispora Banten.

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang, 3-7-2018

(Aditya R)

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WISNU WARDHANA
Pekerjaan : PURNA PASKIBRAK INDONESIA PROV. Banten
Jabatan : Bro Kesekretanan
Usia : 38
No. HP : 08180 081398761234
Alamat : CIPOTOK JAYA

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

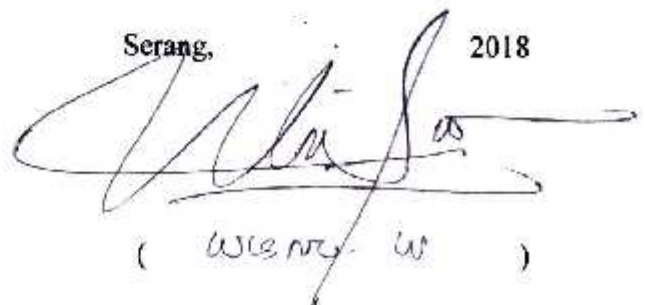
Hari/Tanggal : Rabu.
Pukul : 11 Juli 2018.
Tempat : 15.13 NTB.
DISPORA PROV. BANTEN.

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang,

2018



(Wisnu W)

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Khanza
Pekerjaan : Pelajar sma 1 kota serang
Jabatan : atlet taekwondo PPIP provinsi Banten
Usia : 17
No. HP : 08774431193
Alamat : Peruk Sukmajaya, cilegon.

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 11 Juli 2018
Pukul : 17.00
Tempat : PPLP Dispora provinsi Banten

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang,

2018



MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. ARIES
Pekerjaan : Dosen Ilmu Komunikasi ✳
Jabatan :
Usia : 36
No. HP : 087808806277
Alamat : Serang

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Ayu Fazriyani
NIM : 6662110582
Prodi/Fak : Ilmu Komunikasi/FISIP Untirta

Adapun, wawancara dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 11 Juli 2018
Pukul : 16.00
Tempat : Sekretariat Wakil Gubernur Banten

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Serang,

2018

- ARIES

()

DOKUMENTASI PENELITIAN



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Sekretaris Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Ibu Ai Dewi Suzana, S.E., M.Si pada 11 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Bapak Nanang Sutisna, S.Pd., M.Si pada 11 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Pelaksana Bagian Perencanaan, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan sekaligus Pengelola Website Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Bapak Agus Sanjaya, S.Sos pada 03 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Staf Bagian Perencanaan, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan sekaligus Pengelola Website Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Bapak Eka Anggara, S.H pada 07 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Staf Bagian Perencanaan, Evaluasi, Pelaporan dan Keuangan sekaligus Pengelola Website Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten, Bapak Aditiya Rizkillah, S.Kom pada 03 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Pengurus Organisasi Kepemudaan Purna Paskibraka Indonesia Provinsi Banten, Bapak Wisnu Wardhana pada 11 Juli 2018.



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Dosen Ilmu Komunikasi sebagai Pengamat, Bapak Dr. Aries pada 11 Juli 2018



Keterangan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Atlet Taekwondo pada Pusat Pendidikan dan Latihan Pelajar (PPLP) Provinsi Banten, Alya Khanza pada 11 Juli 2018.



Keterangan :

Piagam Penghargaan yang diberikan oleh Komisi Informasi Provinsi Banten kepada Dinas Kepemudaan dan Olahraga Provinsi Banten sebagai Badan Publik yang melaksanakan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik Tingkat OPD di Lingkungan Pemerintah Provinsi Banten.

Biodata Mahasiswa

NAMA : AYU FAZRIYANI
 NIM : 6662110582
 Tempat/Tanggal Lahir : Lampung / 23 Juli 1992
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : ISLAM
 Alamat Email : fazriyaniayu@gmail.com
 No. Handphone : 087771454465
 Alamat : PERUM CIRACAS BLOK B NO 31 RT 001 RW 011 KELURAHAN SERANG KECAMATAN SERANG PROVINSI BANTEN
 Fakultas : FISIP
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Jumlah SKS : 147 SKS
 IPK : 3.81
 Angkatan : 2011



Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar : SD NEGERI 11 KOTA SERANG
 SLTP : SMP NEGERI 1 KOTA SERANG
 SLTA : SMA NEGERI 1 KOTA SERANG

Pendidikan Khusus/Pelatihan

Tidak ada Data

Data Keluarga

Nama Ayah : SUSENO S.H., M.Si
 No. Handphone Ayah : 087871687921
 Nama Ibu : YUNITA
 No. Handphone Ibu : 087871228173
 Jumlah Kakak : 1
 Jumlah Adik : 2
 Alamat Orang Tua : PERUM CIRACAS BLOK B NO 31 RT 001 RW 011 KELURAHAN SERANG KECAMATAN SERANG PROVINSI BANTEN
 Kantor Orang Tua : BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK PROVINSI BANTEN
 Alamat Kantor Orang Tua : JLN SYECH NAWAWI AL BANTANI KAWASAN PUSAT PEMERINTAHAN PROVINSI BANTEN

Prestasi Terbaik Pribadi

Tidak ada Data

Riwayat Organisasi

1. PADUAN SUARA MAHASISWA GITA TIRTAYASA UNTIRTA

Riwayat Kepanitiaan

Tidak ada Data

Kompetensi yang dikuasai

Tidak ada Data

Dengan ini saya menyatakan bahwa data yang saya isikan benar dan akan dijadikan referensi dalam pengisian Ijazah & Transkrip Akhir Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Serang, 31 Juli 2018
Mahasiswa,

AYU FAZRIYANI
NIM. 6662110582