

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Strategi

2.1.1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “Strategos” (stratus= militer dan ag= pemimpin) yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang sebagaimana di kutip Nihin Wahyuni (1996:163) bahwa strategi berasal dari kata Yunani strategos, yang berarti jenderal. Oleh karena itu strategi secara harfiah itu dengan tujuannya, maka kata strategi semula diartikan seni para jenderal dalam pimpinan pasukan untuk memenangkan suatu peperangan besar.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan sebagai perencanaan kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Sebuah strategi untuk menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya dengan tantangan dan risiko yang harus dihadapi di lingkungan luar perusahaan. Media massa cetak dan online harus memiliki strategi pemberitaan yang jelas sebelum *go public*.

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Peranan Strategi Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan

agar tujuan yang diinginkan tercapai.

Menurut Grant (1999:21) strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

1) Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan

3) Strategi sebagai target Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.

Oleh karena itu, setiap media massa memerlukan strategi untuk meningkatkan pembaca melalui pemberitaan. Melalui bagian redaksional diperlukan sebuah strategi untuk terus memperhatikan isi serta nilai berita yang disajikan agar pembaca terus meningkat dengan akses internet.

Menurut Pearce (2014:4).Strategi adalah rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau lembaga.

Dari penjelasan diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu kegiatan, yaitu suatu rencana yang memuat langkah-langkah atau cara-cara untuk meningkatkan kualitas pembaca yang dalam suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan agar pembaca terus meningkat dan dapat mengakses informasi yang lebih melalui website perusahaan tersebut.

2.1.2. Cara Pembentukan Strategi

2.2.1.1. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan pesaing: baik internal maupun eksternal.

2.2.1.2. Bersamaan dengan penaksiran tersebut, tujuan diluruskan. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek juga dalam jangka panjang. Maka disini juga termasuk didalamnya penyusunan pernyataan visi, misi dan tujuan.

2.1.3. Jenis-Jenis Strategi

Menurut Siagian (1998: 21) ada 3 jenis tingkatan strategi, yakni :

- a) Strategi Tingkat Korporasi (Strategi ini ditentukan oleh sekelompok orang yang menduduki jabatan dalam kegiatan manajemen suatu organisasi atau lembaga).
- b) Strategi tingkat bidang satuan bisnis (Strategi ini ditentukan oleh manajer yang disertai tugas dan tanggung jawab manajemen dalam mengelola suatu kegiatan, seperti dibagian penerbitan, pembiayaan, promosi, sumber daya manusia dan teknologi).

Menurut Mathar (2012: 171) kegiatan promosi memiliki 4 tujuan, yaitu:

1. Menarik perhatian masyarakat
2. Menciptakan kesan
3. Membangkitkan minat
4. Memperoleh tanggapan

c) Strategi tingkat fungsional (Strategi ini hanya menentukan sedikit demi sedikit karena para penanggungjawabnya hanya bertanggung jawab pada penetapan strategi yang menyangkut dibidang fungsional).

2.2. Pengelolaan

2.2.1. Pengertian Pengelolaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manajemen adalah suatu proses atau cara pengelolaan, atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan mengerahkan tenaga orang lain yang ikut serta dalam perumusan kebijakan dan tujuan organisasi atau untuk melayani semua proses yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan. dan mencapai tujuan.

Menurut Mary Parker Follet yang dijelaskan dalam (Kurniawan Junaedhie, 2010 : 54) mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain dan dengan kata lain definisi manajemen adalah sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran atau hal yang ingin dicapai.

Menurut George R. Terry (2015:15) yang mengatakan bahwa pengelolaan merupakan proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan ,pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan

serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa pengelolaan adalah suatu rangkaian proses baik berupa perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengawasan dalam suatu organisasi terutama dalam perusahaan sehingga tujuan perusahaan yang diinginkan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Konten merupakan faktor terpenting pada website. Pengelolaan konten website tidak bisa lepas dari sistem/aplikasi website sebagai teknologi perantara. Penggunaan teknologi yang memiliki kecocokan dengan pengguna dan nyaman dalam penggunaannya akan mudah diterima namun teknologi yang rumit akan menyebabkan penggunaannya tidak maksimal. Organisasi sebagai pengelola informasi memiliki peran penting dalam mengisi konten website. Dukungan dari pimpinan dan koordinasi antar anggota organisasi akan mempermudah proses penggunaan teknologi. Lingkungan juga memberikan pengaruh dalam melakukan proses pengelolaan konten website misalnya dukungan kebijakan dari pemerintah pusat. Seorang staf dituntut untuk bisa menggunakan sistem pengelolaan website, namun penggunaan teknologi juga dipengaruhi dengan sikap staf tersebut, misalnya rasa kepercayaan diri mampu untuk mengoperasikan suatu teknologi. Personel sebagai petugas pengelola konten website juga akan mempengaruhi konten website. Personel tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi, organisasi dan lingkungannya.

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan,

pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Di media massa, setiap perusahaan media online memiliki semacam manajemen yang bertujuan agar setiap karyawan tetap fokus dalam memenuhi tanggung jawabnya masing-masing. Bagian manajemen media massa meliputi bagian redaksional, bagian produksi dan bagian bisnis.

Manajemen pada media online ini dilaksanakan untuk mengatur proses pembuatan berita hingga berita siap dipublikasikan. Hal ini menyangkut berita mana yang layak dimuat dan berita mana yang tidak layak untuk dimuat nantinya. Manajemen yang baik maka akan meningkatkan daya guna dan hasil guna semua potensi yang dimiliki oleh perusahaan.

Setiap perusahaan media online memiliki bagian dalam manajemen media massa yang disebut bisnis, produksi atau editorial. Bagian ini bertanggung jawab untuk memberikan pengarahan kepada karyawan yang membawahi masing-masing bagian operasional perusahaannya. Sebelum menerbitkan berita, manajemen media online mengawasi bagaimana berita dibuat. Proses ini bertujuan untuk menempatkan berita dalam kategori yang sesuai sebelum siap dipublikasikan. Idealnya, cara ini memberikan hasil yang lebih efektif dan efisien berkat sumber daya perusahaan.

Menurut R Cahyo Prabowo (2013) mengenai media baru (new media) media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/new media/ media online sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di sama ratakan dengan media konvensional.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (new media). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan. Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet.

Media massa Online atau daring (dalam jaringan) sebagai new media memiliki peranan paling penting dalam penyediaan informasi secara digital. Media online berfungsi menyajikan berita yang interaktif dan aktual. (Romli, 2015) Wartawan dalam era pandemi dituntut menyajikan informasi yang sesuai dengan cepat, akurat dan sesuai kaidah jurnalistik yang ada. Era Pandemi merubah cara wartawan menghasilkan produk jurnalistik. Salah satunya dengan melakukan aktivitas

jurnalistik online.

Media Online disebut juga dengan Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (sosial media) masuk dalam kategori media online.

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya.

Seomirat dan Ardianto (2019:13) mendefinisikan *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur

komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. *Public relations* bertujuan untuk mengembangkan dan membentuk citra dan opini sebagai wajah dari sebuah organisasi atau instansi. Untuk mencapai tujuan organisasi atau instansi, *public relations* digunakan untuk membangun komunikasi antara organisasi atau instansi dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet sangat diperlukan untuk mempermudah terjalannya komunikasi yang baik dengan publik. Dalam *public relations* pemanfaatan internet tersebut dikenal dengan istilah *cyber public relations*. Pendayagunaan *cyber public relations* memberikan manfaat yang dapat dirasakan langsung seperti proses komunikasi yang lebih praktis, respon publik dapat diterima dengan cepat dan informasi dapat diakses dengan mudah. Salah satu bentuk pemanfaatan *cyber public relations* adalah menggunakan website. Kabupaten Toraja Utara juga menerapkan salah satu bentuk *cyber public relation* melalui pemanfaatan website ini.

Pengelolaan informasi publik melalui website resmi yang dikelola oleh instansi pemerintah diharapkan semakin mempercepat proses interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi ditujukan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik dan menghidupkan aktivitas masyarakat guna mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik, serta berfungsi menjadi portal informasi, interaksi, dan transaksi bagi pemerintah dengan masyarakat maupun pihak-pihak lain. (Indrajit, 2016). Pihak yang menjalankan peran dan fungsi Humas/PR secara online dikenal dengan istilah cyber PR (Irawan, 2017)). Pada saat bersamaan, dalam perkembangannya, humas pemerintah memiliki metode dan strategi baru melalui internet sebagai sarana

berkomunikasi dengan publiknya, yang disebut sebagai cyber public relations. Jika sebelumnya kegiatan PR mengandalkan pusaran informasi pada media-media konvensional seperti televisi dan surat kabar maka ditengah gempuran inovasi internet yang terus berkembang pesat dan bervariasi, kini kegiatan PR beralih kepada jalur digital. Cyber PR umum dilihat sebagai sebuah bentuk pengoperasian fungsi di dunia maya dalam praktik kerja Cyber PR. Kemudian, keuntungan dari Cyber PR diantaranya terhindar dari kendala jarak dan waktu, mempermudah komunikasi dua arah, sehingga interaksi di antara keduanya menjadi lebih personal. Hal tersebut tidak bisa dilakukan langsung oleh media seperti televisi dan surat kabar. Keuntungan lainnya lagi ialah hemat. Dalam Cyber PR, biaya internet jauh lebih murah dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk pembuatan iklan baik di surat kabar ataupun televisi (Aprinta, 2014) dalam (Shabana & Patrianti, 2018) Humas pemerintah dapat langsung menyebarkan informasi dengan demikian dapat mengubah pandangan publik terhadap kinerja pemerintah (Himaturipa et al, 2020). Cyber PR merupakan kegiatan kehumasan menggunakan internet untuk membangun atau mempertahankan merek, kepercayaan, dan citra organisasi kepada khalayak yang bersifat interaktif. Dapat dikatakan bahwa peran cyber PR adalah fungsi humas/PR menggunakan gabungan media online dan media cetak, kombinasi dari publikasi online dan offline. Cyber PR dilihat sebagai bentuk pengoperasian fungsi PR di dunia maya.

2.2.2. Tahapan–tahapan Pengelolaan

Sedangkan menurut Siswanto (2006:18) dalam buku Menejemen Sumber Daya Manusia Tugas dari Seorang Manajemen seperti mengurus, mengendalikan, memimpin atau membimbing suatu perusahaan agar lebih terarah sesuai manajemen operasional modern milik George R. Terry dalam yang dikenal dengan sebutan POAC.

Menurut Menurut Fayol (2004) dalam manajemen operasional modern milik George R. Terry setidaknya ada 14 tahapan dalam manajemen organisasi yakni, pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab, disiplin, kesatuan perintah, kesatuan pengarahannya, ketertiban, keadilan, prakarsa, stabilitas masa jabatan, kesatuan, jenjang kepangkatan, penggantian pegawai, pemindahan wewenang, penngutamakan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi. Dari 14 asas tersebut oleh Henry Fayol diringkas menjadi 4 yang disebut sebagai fungsi manajemen yaitu, Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling yang kemudian disingkat menjadi POAC.

- a) Planning = dapat diartikan sebagai, penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan perencanaan, dan sebagainya.
- b) Organizing = diartikan meliputi pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai dan lain-lain,
- c) Actuating = terbagi atas melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, dan selanjutnya.
- d) Controlling = meliputi melihat pelaksanaan tugas, menyeleksi, produk, pengevaluasi penjualan dan sebagainya.

2.3. Website

2.3.1. Pengertian Website

Web atau website dapat didefinisikan sebagai kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi tekstual, gambar statis atau dinamis, animasi, suara dan/atau kombinasi dari semuanya, baik statis maupun dinamis,

yang membentuk rangkaian bangunan yang saling terkait, masing-masing bangunan saling berhubungan dengan jaringan paging.

World Wide Web atau Web merupakan sistem yang secara universal dapat menyimpan, mengambil, memformat, dan menampilkan informasi menggunakan arsitektur klien/server dengan cara mengkombinasikan teks, hypermedia, grafis dan suara serta menangani komunikasi digital dan koneksi jarak jauh (Laudon dan Laudon, 2005:405). “Web adalah sistem informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam server web internet yang disajikan dalam bentuk hiperteks” (Simarmata, 2010:47). Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Web adalah sistem informasi yang tersaji dalam bentuk hiperteks yang dapat menyimpan, mengambil, memindahkan, memformat, dan menampilkan informasi serta komunikasi jarak jauh secara digital menggunakan internet.

World Wide Web atau World Wide Web atau dikenal juga dengan WEB adalah salah satu layanan yang tersedia bagi pengguna populer yang terhubung ke Internet. Situs web ini menyediakan informasi bagi pengguna populer yang terhubung ke internet, mulai dari informasi “sampah” atau tidak berguna hingga informasi serius; dari informasi gratis hingga informasi komersial.

Kusumaningsih (2015:33) mendefinisikan website sebagai kumpulan dari halaman-halaman web yang terdapat suatu domain yang mengandung informasi. Domain merupakan nama yang dipilih oleh organisasi yang dapat diakses melalui internet.

Rusidanto (2014:67) menyimpulkan website adalah sarana yang paling populer dilihat oleh seseorang ketika ingin mengetahui informasi mengenai suatu organisasi atau perusahaan. Karena itu setiap lembaga yang ingin lebih mudah dikenal oleh publiknya hendaknya membuat website sebagai sarana komunikasinya.

Strategi pemberitaan yang efektif didukung oleh sumber daya manusia yang dapat memberikan sugesti positif atas kehadiran media. Oleh karena itu, diperlukan suatu manajemen media atau kelembagaan (editorial) untuk menentukan strategi pemberitaan”. Proses pengelolaan materi berita dalam pengelolaan implementasi strategi penerbitan berita di lakukan oleh sektor redaksi, yang dimulai dengan tahap perencanaan, pengorganisasian, aktivasi dan pemantauan atau dikenal dengan manajemen POAC George R. Terry. Beberapa langkah pengelolaan tersebut berdampak besar untuk mendukung strategi pemberitaan di website, khususnya dalam kegiatan produksi berita. Sehingga dapat menghasilkan produk (berita) yang baik, tepat waktu dan tentu nya memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan nya.

- **Webqual**

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir (Sanjaya 2012:12). Berdasarkan beberapa definisi di atas webqual adalah alat untuk mengukur kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan pelayanan pada web. Metode webqual telah dikembangkan sejak tahun 1998 oleh Barnes dan Vidgen pada situs web e-commerce maupun e-government. Perkembangan metode ini dimulai dengan adanya Webqual 1.0. Dilanjutkan dengan adanya Webqual 2.0 untuk web B2C pada toko buku online. Lalu adanya Webqual 3.0 diuji Barnes dan vidgen pada tahun

2001 pada web lelang. Dan yang terakhir adalah Webqual 4.0 (Barnes dan Vidgen, 2002:114).

Qual 4.0 (Barnes dan Vidgen, 2002:114). Pada Webqual 4.0 variabel kegunaan telah sangat berkembang, hal ini dapat dilihat pada indikator-indikatornya yang lebih menekankan pada persepsi pengguna daripada perancang websitenya. Penjelasan dari variabel webqual 4.0 adalah sebagai berikut:

Menurut Suyanto (2009:61) kegunaan adalah “sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat”. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kegunaan adalah kualitas kemudahan dan kecepatan dalam pengoperasian suatu aplikasi atau web dengan tampilan disain yang disampaikan pada pengguna. Menurut Barnes dan Vidgen (2002:116), kegunaan telah dibaginya menjadi beberapa pertanyaan yaitu mengenai kemudahan dalam pengoperasian situs, interaksi dengan situs, navigasi situs, penggunaan situs, tampilan situs, desain situs, kompetensi situs dan pengalaman positif dari situs.

Pada generasi website 2.0 menjelaskan internet merupakan Diciptakan pada tahun 1999 oleh Darcy DiNucci, web 2.0 mengacu pada budaya partisipatif yang telah tumbuh di internet melalui konten yang dibuat pengguna atau "isi buatan pengguna" (user generated content), media sosial, dan aksesibilitas yang tersebar luas.

Web 2.0 telah menyebabkan pergeseran cara kita mengakses world wide web. Kita sekarang dapat menggunakan ponsel dan memiliki banyak aplikasi (app) di ujung jari. Ratusan aplikasi baru ditambahkan ke Play Store dan App Store setiap

hari.

Web 2.0 generasi sosial jaringan terpusat, disensor, dan memiliki agenda bisnis mereka sendiri. Ada kemungkinan dan sangat umum jaringan sosial dibeli oleh organisasi besar atau bahkan pemerintah dengan tujuan mendorong agenda politik, atau mencoba mengendalikan dan mengarahkan sudut pandang pengguna.

Di web 3.0, platform media sosial terdesentralisasi menghormati transparansi. Akan sulit bagi mereka untuk mendorong propaganda dalam bentuk apa pun. Mereka juga tidak akan dibatasi; siapa pun dapat bergabung dan berpartisipasi, terlepas dari lokasi geografis mereka.

Jadi kesimpulan dari pengertian website di atas dapat disimpulkan bahwa website adalah kumpulan halaman situs pemberitaan baik dalam suatu daerah/area maupun luar daerah/area yang berada di dalam World Wide Web (WWW) di internet.

2.3.2. Karakteristik dan Manfaat Website untuk lembaga

Kusumaningsih (2015:34) menjelaskan Situs Web dibedakan menjadi 2 jenis menurut pengelolanya, yang pertama adalah Official Web (Website Resmi) dan Unofficial Web (Website tidak resmi). Website pemerintah termasuk dalam kategori website resmi. Lalu yang selanjutnya ada unofficial web yang merupakan web yang dikelola perseorangan (website tidak resmi). Apapun jenisnya, informasi yang ada dalam web bersifat universal dan harus diupdate dalam jangka waktu tertentu.

Efektivitas Website - oleh Aprilia, Wijaya dan Suryadi (2014:130) sebagai berikut : 1. Peran website Berdasarkan United Nations E-government Survey 2008,

ada lima tahapan website sebagai media suatu negara yang bergerak naik menuju tahap pemerintahan yang yang lebih baik, yaitu (1) melalui berbagai tahap pembangunan infrastruktur, (2) penyampaian konten, (3) bisnis, (4) manajemen data, dan (5) keamanan dan manajemen pelanggan. Masing-masing website suatu negara menghadapi sejumlah tantangan serupa ketika bergerak ke atas piramida, dan isu bagaimana Amerika memenuhi tantangan akan menentukan kecepatan di mana mereka bergerak naik ke atas.

Mikal E. Belicove dalam (Rusdianto, 2014) menyatakan ada lima alasan mengapa perusahaan atau instansi harus memperhatikan website yaitu sebagai berikut :

- 1) Branding, pengusaha dapat mendesain website secara fleksibel dan memberikan pengalaman pada pengunjung, perusahaan juga bisa secara langsung menentukan konten dan menyajikan informasi lengkap mengenai keunggulan instansi tersebut.
- 2) Instansi dapat mengontrol secara penuh laman resmi tersebut, baik kode, jumlah halaman, konten, dan sebagainya, selain itu perusahaan juga dapat dengan mudah menghapus konten atau fitur atau membuat sedikitnya penyesuaian tanpa harus melibatkan pihak lain serta memakan waktu dan biaya yang lama dan mahal.
- 3) Konten atau isi web instansi secara penuh akan mendapatkan perhatian dari pengunjung laman tersebut, tanpa harus bersaing dengan konten atau page dari instansi lain. Oleh karena itu web perlu dikemas semenarik mungkin.

- 4) Search Engine Optimization (SEO), dalam hal ini jika instansi menginginkan hasil optimal, maka strategi SEO tidak bisa diabaikan. Usahakan lembaga selalu tampil di halaman pertama, bahkan di nomor urut pertama pada hasil di mesin pencari untuk lembaga sejenis.
- 5) Web Analytic. Sosial media mmemang menyediakan akses data demografi pengunjung situs web lembaga seberapa sering orang mengunjungi web tersebut. Web Analytic bisa menganalisis lebih dalam lagi dan berfungsi sebagai intelejen pada lembaga yang secara real time memantau bagaimana kinerja website perusahaan.

Laermer (2009:86) dalam hidayat (2014:102) menyebutkan beberapa Manfaat yang didapatkan oleh instansi apabila menggunakan website. Manfaat tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

- a) Mempermudah komunikasi

Dengan seiringnya berkembang situs website yang semakin canggih banyak karyawan yang menggunakan dan memanfaatkan website untuk saling berkomunikasi dengan mudah. Dan pada saat ini Website juga sudah berkembang seiring dengan fitur-fitur pada website yang bisa melakukan one to one communications (komunikasi antar sesama) dan one to many communications (komunikasi banyak orang) sekaligus dalam satu waktu.

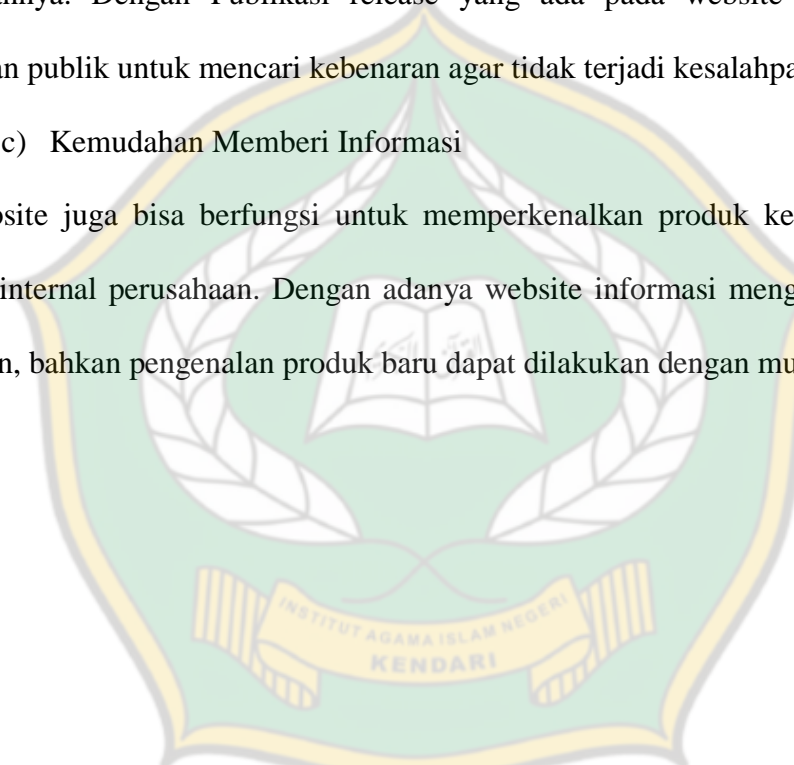
- b) Memperkenalkan profil Perusahaan

Website merupakan media yang tepat digunakan untuk media publikasi sejarah instansi, letak geografis instansi, hingga jenis layanan yang disediakan. Hidayat (2014:86) bahkan menekankan bahwa website bukan media yang tepat untuk

publikasi press release dan sejenisnya. Artinya website hanya sebagai pelengkap yang efektif untuk digunakan untuk melaksanakan kegiatan media relations. Tetapi hal ini sepenuhnya tidak benar, dengan karakteristik dan kelebihan yang ada pada website malah bisa digunakan sebagai media publikasi resmi dari instansi yang bersangkutan mengingat sekarang maraknya pemberitaan hoax yang belum jelas kebenarannya. Dengan Publikasi release yang ada pada website resmi dapat digunakan publik untuk mencari kebenaran agar tidak terjadi kesalahpahaman.

c) Kemudahan Memberi Informasi

Website juga bisa berfungsi untuk memperkenalkan produk kepada seluruh anggota internal perusahaan. Dengan adanya website informasi mengenai produk, perbaikan, bahkan pengenalan produk baru dapat dilakukan dengan mudah.



2.4. Kajian Relevan

Sebagai upaya untuk mengantisipasi adanya kesamaan atau pengulangan penelitian, maka penulis merasa perlu untuk memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi salah satu acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilaksanakan sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Tabel Kajian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Yang Akan Dilaksanakan
1.	Rina Himaturipa Skripsi 2018	Pengelolaan <i>Website</i> Sebagai Media Informasi Publik (Studi Kasus Pada Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat)	Hasil penelitian menunjukan bahwa pengelolaan <i>website</i> sebagai media informasi publik dimulai dengan mencari data dan fakta yang terbagi dalam dua cara yaitu melalui data primer dan sekunder, selanjutnya merencanakan program melalui rapat koordinasi, implementasi program dengan cara pembuatan aplikasi yang memudahkan publik, dan selanjutnya tahap akhir adalah evaluasi dengan dua cara yaitu formal dan informal seperti pemberian <i>reward</i> terhadap pengelolaan <i>website</i> yang baik dengan ketentuan yang sudah ditentukan.	Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan studi kualitatif deskriptif, jika penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana pengelolaan <i>website</i> kantor wilayah kementerian agama provinsi Jawa Barat sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pengelolaan <i>website</i> Zonasultra.ID di bagian Humas kantor Zonasultra.Com. yang berada di Kendari, Sulawesi Tenggara.
2.	Erna Rustiana Skripsi 2020	Strategi Pengelolaan Berita <i>Website</i> Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa portal <i>website</i> UIN Raden Fatah Palembang masih kurang <i>update</i> berita-berita yang disampaikan merujuk pada pengembangan inovasi atas penerapan strategi pemberitaan	Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan studi kualitatif deskriptif, jika penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana pengelolaan <i>website</i> kantor wilayah kementerian agama provinsi Jawa Barat sedangkan penelitian yang akan

			<p>redaksi www.radenfatah.ac.id yang tidak lepas dari kegiatan manajemen redaksi POAC dalam memproduksi berita sebagai salah satu penguat dan penentuan strategi pemberitaan yang diterapkan sehingga sukses merebut pangsa pasar media lokal dalam waktu yang relatif singkat.</p>	<p>dilaksanakan adalah pengelolaan <i>website</i> Zonasultra.ID di bagian Humas kantor Zonasultra.Com. yang berada di Kendari, Sulawesi Tenggara.</p>
3.	<p>Rina Himaturipa Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif. Jurnal (Ilmu Hubungan Masyarakat Volume 2, Nomor 2 225- 246), 2019</p>	<p>Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa proses pengelolaan website menghasilkan data yang terbagi kedalam dua bagian yaitu fakta primer dan sekunder, setelah data didapatkan selanjutnya perencanaan program aplikasi yang memudahkan publik, lalu pengaplikasian program aplikasi seperti halnya E-MTQ, SIMKAH, dan lain-lain, tahap akhir yaitu evaluasi yang dilakukan seperti Rapat Koordinasi dengan Pemerintah Provinsi dan Kab/Kota.</p>	<p>Penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan studi kualitatif deskriptif, jika penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana pengelolaan website kantor wilayah kementerian agama provinsi Jawa Barat sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pengelolaan <i>website</i> Zonasultra.ID di bagian Humas kantor Zonasultra.Com. yang berada di Kendari, Sulawesi Tenggara.</p>

2.5. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir merupakan model konseptual akan teori yang saling berhubungan satu sama lain terhadap berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Agar penelitian memiliki arah yang jelas dan sesuai dengan tujuan penelitian maka berpikir harus dibuat sejelas mungkin. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

