

# INTERAKTIVITAS *WEBSITE* DI BIRO HUMAS DAN PROTOKOL PEMERINTAH PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

PENI OKTARIANA & NATHALIA PERDHANI SOEMANTRI

Fakultas ilmu komunikasi universitas pancasila  
Jalan srengseng sawah, jagakarsa, jakarta selatan 12640  
E-mail : nperdhani@gmail.com

**Abstrak** Penelitian ini membahas mengenai bagaimana interaktivitas *website* milik Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang dikelola oleh Biro Humas dan Protokol. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma post-positivisme. Konsep yang digunakan yaitu *Public Relations 2.0* dan Interaktivitas *Website*. Terdapat enam komponen penting dalam suatu *website* agar dapat dikatakan interaktif, yaitu user control, responsiveness, real time interactions, connectedness, personalization/ customization, dan playfulness. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *public relations* di Biro Humas dan Protokol sudah mulai melakukan integrasi dengan *website*. Hal tersebut ditandai dengan terdapatnya staf yang dapat menjawab pertanyaan publik, informasi diperbarui setiap hari, dan mulai menambah fitur video yang diharapkan dapat membuat kunjungan berulang. Namun penelitian ini menemukan bahwa pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung hanya terdapat satu komponen dari enam komponen penting *website*, yaitu *user control*, dan dari satu komponen yang ada hanya terdapat fitur waktu saja. Fitur kebebasan memilih bahasa, kebebasan memilih jenis teks, dan mesin pencari yang juga terdapat dalam komponen user control belum ada pada *website* tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa belum terdapat interaktivitas pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Kata Kunci : Interaktivitas website, *public relations 2.0*, biro humas dan protokol.

**Abstract** This study discusses how website interactivity owned by Provincial Government of Bangka Belitung Islands which is managed by Bureau of Public Relations and Protocol. The method used in this research is qualitative descriptive with post-positivism paradigm. The concept used is *Public Relations 2.0* and Interactivity Website. There are six important components in a website to be said interactive, namely user control, responsiveness, real time interactions, connectedness, personalization/ customization, and playfulness. The results of this study indicate that public relations at the Bureau of Public Relations and Protocol has started to integrate with the website. This is indicated by the presence of staff who can answer public questions, updated information daily, and start adding video features that are expected to make repeat visits. However, this study found that on the Website of Public Relations and Protocol Bureau of the Provincial Government of Bangka Belitung Islands there is only one component of the six important components of the website, namely user control, and from one component there is only a feature of time only. Features of freedom of choice of language, freedom of choice of text type, and search engine which also exist in user control component not yet exist on website. It shows that there is no interactivity on Website Bureau of Public Relations and Protocol of Provincial Government of Bangka Belitung Islands.

CoverAge:

Journal of Strategic  
Communication

Vol. 7, No. 1, Hal. 68-81

September 2012

Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Pancasila

**Keywords:** Website interactivity, *public relations 2.0*, public relations and protocol bureau.

Diterima 15 Februari 2015

Disetujui 21 Agustus 2016

## PENDAHULUAN

Di era milenial ini, adaptasi terhadap perkembangan teknologi merupakan sebuah keniscayaan. Internet sebagai teknologi yang dapat mengintegrasikan konsep konvensional dengan digital telah merambah ke semua lini kehidupan termasuk pembaharuan kinerja pemerintah. Salah satu manfaat Internet yang digunakan oleh pemerintah adalah untuk terhubung dan menyebarkan informasi kepada publiknya yaitu masyarakat sebagai *stakeholder*.

Penggunaan internet dalam konteks *public relations* lebih dikenal dengan istilah *Public Relations 2.0* atau *public relations* yang sudah berkembang ke arah layanan berbasis Internet. Menurut Sarri (2012:6), internet dapat dijadikan media humas yang sangat diandalkan karena humas dapat menyampaikan pesan kepada publiknya tanpa perlu perantara. Kehadiran *website* di pemerintahan dapat memangkas segala proses yang membutuhkan waktu yang lama tersebut, melalui *website* para praktisi *public relations* dapat menyampaikan informasi kepada publiknya tanpa perlunya perantara. Penggunaan *website* dapat memudahkan suatu perusahaan atau organisasi menyampaikan suatu informasi kepada publiknya, dan publiknya mendapatkan kemudahan dalam mengaksesnya.

Pandangan tersebut didukung oleh penelitian yang ditulis oleh Yuliawati dan Irawan (2016) yang menjelaskan bahwa proses komunikasi serta penyebaran informasi dengan memanfaatkan *website* jauh lebih efisien serta efektif. Selain itu, Kent & Taylor (1998) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa *website* memiliki potensi yang besar sebagai media dalam komunikasi dialogis karena *world wide web* yang semakin meningkat di dunia, sehingga banyak praktisi *public relations* yang berkomunikasi secara teratur dengan puluhan juta individu dan publiknya yang masing-masing mempunyai minat tertentu pada saat yang bersamaan.

Namun, *website* yang dimiliki oleh suatu organisasi haruslah *website* yang bersifat interaktif. *Website* organisasi yang tidak interaktif tidak akan dapat mewujudkan tujuan utama diadakannya

*website* di organisasi itu sendiri. Hasil penelitian Tilley (2003) menyatakan bahwa situs *website* organisasi dapat lebih mampu membangun hubungan dengan khalayaknya apabila kriteria dari suatu interaktivitas lebih banyak digunakan.

Berangkat dari hal pernyataan diatas membuat para praktisi *public relations* dituntut untuk dapat mampu mengelola *website* secara interaktif sehingga mendapatkan *feedback* dari publiknya. Apabila adanya *feedback* yang didapatkan akan mendukung perbaikan penyediaan informasi maupun pelayanan di masa yang akan datang. Hal tersebut juga akan mendukung kesuksesan *good governance* suatu institusi pemerintah.

Pada Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung para praktisi *public relations* atau humasnya menggunakan *website* sebagai medianya. *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dimanfaatkan sebagai media penyedia informasi yang dapat diakses oleh publiknya terkait dengan segala kebijakan, informasi, kegiatan tentang pejabat di pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Informasi yang terdapat didalam situs resmi *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini diperbaharui setiap hari, sesuai dengan informasi terkait tentang kebijakan atau aktivitas yang dilakukan oleh pejabat Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Para pembaca atau stakeholders dari *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dapat memberikan umpan balik yang dinamakan surat pembaca melalui *website* tersebut. Alamat situs *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung itu sendiri, yaitu [www.humas.babelprov.go.id](http://www.humas.babelprov.go.id).

Menurut Heath (2013:461), interaktivitas memiliki peran yang sangat penting namun seringkali tidak terlalu dikenal dalam kajian *public relations*. Melalui fitur interaktif, publik dapat secara langsung berkomunikasi dengan organisasi serta dengan individu dan publik lainnya.

Hal tersebut berlaku di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang diperkuat dengan pernyataan oleh Erick

Pamu Singgih N. selaku Kasubbag Publikasi Media Elektronik dan IT yang menyatakan bahwa selama terbentuknya *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung feedback yang diterima hanya satu kali dalam kurun waktu dua tahun. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaktivitas website di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Public Relations 2.0*

*PRWeb* memulai revolusi untuk memodifikasi bagaimana *public relations* memikirkan cara untuk berkomunikasi dengan publik secara langsung. Menurut Fellers & Hurte (2011:42), *PRWeb* merupakan suatu situs *online* yang khusus dalam melakukan penyebaran informasi (rilis berita) secara *online* untuk publik situsnya. Breakenridge, seperti yang dikutip oleh Miletsky (2009:383), menyatakan bahwa *Public Relations 2.0* merupakan pendekatan yang berbeda dalam kajian hubungan masyarakat, dimana para praktisinya menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, termasuk komunikasi dengan *bloggers* dan sekarang dapat langsung berkomunikasi dengan publiknya. Selain itu, menurut Solis dan Breakenridge (2009:249), *Public Relations 2.0* membuat para praktisinya mampu untuk menganalisis, mengubah cara kampanye serta program *public relations* dan dapat membangun suatu hubungan jangka panjang secara real time dengan publiknya. Friedman (2015:4) menambahkan, *Public Relations 2.0* bukan hanya menggunakan media digital untuk mengirim pesan ke khalayak, namun juga mampu untuk secara aktif melibatkan seluruh *stakeholders*-nya.

Menurut Kent dan Taylor (1998:326), membangun suatu hubungan antara publik dan organisasi dapat diciptakan, diubah serta dimulai melalui *website*. Terdapat banyak studi literatur yang dapat dijadikan acuan untuk membangun *website* yang menarik secara tampilan serta dapat sukses dalam bidang

ekonomi. Namun, sangat sedikit menemukan studi tentang cara untuk menyediakan informasi publik di dalam *web* serta cara untuk membangun hubungan dengan publik melalui *web*. Para praktisi harus dapat menemukan suatu cara untuk dapat membangun situs *web* untuk meningkatkan ketertarikan publik terhadap organisasinya, situs *web* tersebut juga harus dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran publik.

Selain itu menurut Vorvoreanu, seperti yang dikutip oleh Parackal (44:2016), para praktisi maupun ilmuan *public relations* yakin apabila suatu situs *web* yang terdapat dalam organisasi memiliki peran yang penting dalam membangun serta menjaga komunikasi dan hubungan dengan publiknya, selain itu dapat meningkatkan persepsi positif organisasi serta menjaga kesetiaan.

Berikut adalah lima prinsip panduan agar tercapainya keberhasilan integrasi *public relations* dan *world wide web* menurut Kent dan Taylor (1998:326):

### 1. *The Dialogic Loop*

*Dialogic Loop* atau Komunikasi Dialogik dibentuk untuk memahami hubungan antara dua pihak dalam melakukan interaksi komunikasi untuk meningkatkan tahap kesadaran tentang alam sekitarnya, di mana dapat kita uraikan sebagai berikut: Pertama, suatu organisasi yang ingin memanfaatkan *website* sebagai media interaksi dengan publik perlu melatih anggota organisasinya. Terdapat bahaya yang dapat terjadi apabila suatu anggota organisasi yang mahir dalam menjalankan operasi *website* namun tidak mahir dalam berkomunikasi dengan publik. Hal tersebut bukan dapat menyelesaikan masalah namun dapat menyebabkan masalah baru. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menghindari hal tersebut adalah menunjuk staf humas sebagai pengelola *website*. Staf tersebut dapat dilatih dalam menjawab pertanyaan, menjelaskan suatu kebijakan organisasi serta harus dapat memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan sulit atau masalah publik.

Kedua, dialog dialogis yang terdapat di dalam *web* harus lengkap. Hal tersebut berarti, harus

adanya staf organisasi yang mengelola *website* untuk dapat menanggapi masalah, pertanyaan, serta permintaan publik. Saat ini, banyak pengguna yang sering mengakses *web* sadar bahwa suatu organisasi dalam *website*-nya lebih mementingkan kehadiran para pembaca dibandingkan dengan pelayanan, akses atau konten yang mereka berikan dalam *website* itu sendiri.

## 2. *The Usefulness of Information*

Situs harus memasukkan informasi yang bernilai umum untuk dapat diakses dan berguna untuk publik. Informasi tersebut dapat berupa latar belakang maupun sejarah organisasi itu sendiri, ataupun dapat berupa nomor telepon, alamat *e-mail*, dan alamat kontak para anggota organisasi. Informasi-informasi yang bernilai tersebut harus diatur sedemikian rupa sehingga mudah diakses oleh publik. Memasukkan informasi yang bermanfaat bagi publik ke dalam situs *website* merupakan langkah pertama untuk membina hubungan dengan mereka.

Prinsip kedua ini dapat disimpulkan bahwa menjaga hubungan dengan publik dilakukan bukan hanya karena demi melayani tujuan *public relations*, tapi demi kepentingan publik. Ketersediaan informasi di dalam situs *website* dan kemudahan dalam mengaksesnya memungkinkan publik organisasi tersebut melibatkan diri kepada organisasi.

## 3. *The Generation of Return Visits (RV)*

Pada situs *website* harus terdapat fitur yang membuat publik untuk mengunjungi situs *website* tersebut berulang kali atau dikenal dengan istilah *The Generation of Return Visits*. Fitur tersebut, misalnya seperti informasi yang diperbaharui, perubahan topik serta isu, terdapat forum khusus, adanya sesi tanya jawab *online*, dan terdapat seorang pakar dalam waktu tertentu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan bagi para pengunjung yang ingin mengajukan pertanyaan.

Situs yang tidak pernah atau sangat jarang dalam memperbarui atau menginovasi situsnya, akan membuat para publik tidak ingin melakukan kunjungan setelah satu kali bahkan dapat dianggap tidak berguna setelah melakukan kunjungan satu kali.

## 4. *The Intuitiveness/Ease of the Interface*

Terdapat pengunjung yang mengunjungi situs *web* untuk mencari informasi atau sekadar rasa ingin tahu, sehingga penting situs *web* dilakukan pengelolaan secara sistematis agar tidak membingungkan para pengunjung. Misalnya, tidak terdapat tautan acak terhadap informasi di dalam situs yang kemudian diarahkan ke *link* tersebut. Hal tersebut akan membuat para pengunjung bingung dalam mendapat informasi akan lebih baik jika berupa teks, misalnya teks judul informasi sehingga pengunjung mengetahui informasi apa dengan membaca teks tersebut. Teks yang diformat dengan baik akan memudahkan para pengunjung dalam mendapatkan informasi yang dicari.

## 5. *The Rule of Conservation of Visitors*

Pengelola situs *web*, harus lebih berhati-hati jika memasukkan *link* ke dalam *website*-nya karena dapat menyesatkan pengunjung apabila tidak dilakukan dengan benar. Pengunjung situs *web* datang ke situs *web* karena membutuhkan informasi, jika memasukkan *link* yang dapat menyesatkan pengunjung, pengunjung dapat meninggalkan situs dan tak akan kembali. Apabila tautan tersebut memang penting dan harus dimasukkan, maka situs *web* dapat memasukkan tautan tersebut dengan menyertakan arahan bagi pengunjung untuk dapat kembali ke situs sebelumnya (situs organisasi).

Berdasarkan penjelasan terkait prinsip-prinsip yang dapat membantu keberhasilan hubungan organisasi dengan masyarakat melalui *website* tersebut dapat diketahui bahwa *website* yang dikelola secara sistematis dengan mengedepankan kepentingan publik penting dilakukan, agar *website* tersebut tidak ditinggalkan oleh publiknya.

### *Interaktivitas Website*

#### 1. Definisi Interaktivitas

Rafaeli & Sudweeks, seperti yang dikutip oleh Dholakia, *et al.* (2000:5), mengatakan interaktivitas merupakan:

*“The extent to which message in a sequence relate to each other, and especially the extent to which the last message recount the relatedness of earlier message.”* (Sejauh mana pesan

dalam suatu urutan berhubungan satu sama lain, dan terutama sejauh mana pesan terakhir menceritakan keterkaitan pesan sebelumnya).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa suatu interaktivitas dinilai dari keterkaitan antara pesan satu sama lain. Adapun Wiener, seperti yang dikutip oleh Dholakia, *et al.* (2000:5), mendefinisikan interaktivitas sebagai:

*“Notion of feedback: a method of controlling a system by reinerting into it the results of its past performance.”* (Gagasan tentang umpan balik: metode untuk mengendalikan sebuah sistem dengan memasukkan kembali hasil kinerja masa lalunya).

Wiener menambahkan, suatu interaktivitas dapat tercipta apabila suatu sistem dikendalikan dengan membandingkan hasil kerja saat ini dengan hasil kerja masa lalu untuk mengetahui bagaimana interaktivitas yang telah terjalin (Dholakia, *et al.*, 2005:5).

Berdasarkan dua definisi interaktivitas di atas dapat disimpulkan bahwa interaktivitas merupakan gagasan dari keterkaitan suatu pesan yang mana akan menimbulkan suatu umpan balik terhadap pesan atau hasil kerja di masa lalu. Namun, terdapat juga media komunikasi yang apabila tidak dikelola dengan baik dan sistematis maka tidak akan interaktif.

Salah satu contohnya adalah situs *web*. Dholakia, *et al.* (2000:6) menyebutkan bahwa apabila situs *web* hanya berupa halaman teks tanpa *link* tautan, pilihan untuk memberikan umpan balik, atau mesin pencari di situs *web*-nya. Situs *web* tersebut akan sangat rendah dalam interaktivitas dengan publiknya walau *website* sendiri merupakan media komunikasi yang interaktif apabila dikelola dengan benar dan sistematis.

*Website* sendiri menurut Putra (2015:69) dapat diartikan sebagai:

“Suatu kumpulan dari halaman-halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (www) di dalam Internet. “

Adapun Aziz (2013:75) menyebutkan bahwa *website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di

seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet.

Berdasarkan definisi-definisi interaktivitas dan *website* tersebut dapat disimpulkan bahwa interaktivitas *website* adalah suatu halaman situs suatu organisasi yang terkoneksi dengan jaringan internet yang harus memiliki umpan balik pesan antara organisasi dan publik di halaman tersebut terkait organisasinya.

Interaktivitas yang terdapat di dalam *website* dapat membuat publik yang mengunjungi *website* akan memiliki rasa memiliki terhadap *website* itu sendiri, karena adanya partisipasi yang terjalin (Zaki, dkk. 2009:3). Putra (2015:71) juga menambahkan terkait *website* interaktif bahwa suatu *website* dapat dikatakan interaktif apabila di dalam *website* tersebut para pengunjung dapat berinteraksi serta beradu argumen tentang pendapat-pendapat yang menjadi pemikiran mereka.

## 2. Komponen untuk Membangun Interaktivitas

Menurut Dholakia, *et al.* (2000:6) bahwa terdapat enam komponen penting yang dapat digambarkan untuk membangun interaktivitas, enam komponen tersebut adalah sebagai berikut :

### a) *User Control*

*User control* atau kontrol pengguna merupakan komponen pertama yang mengacu kepada sejauh mana pengguna dapat menentukan waktu, konten, serta urutan komunikasi. Menurut Williams, seperti yang dikutip oleh Dholakia, *et al.* (2000:6), pengguna mempunyai perasaan kontrol akan suatu yang akan diajukan, misalnya kontrol atas diri mereka untuk memilih antara “teks saja” dan “teks plus grafis”, pemilihan bahasa, atau menggunakan mesin pencari sebagai alat mendapat informasi yang mereka butuhkan.

### b) *Responsiveness*

*Responsiveness* mengacu kepada keterkaitan *respon* terhadap pesan sebelumnya. Misalnya, bagaimana *respon* para praktisi humas yang mengelola *website* dalam menanggapi pesan yang disampaikan oleh pengunjung, baik itu pertanyaan, keluhan, atau masalah publik.

### c) *Real time interactions*

Mengacu kepada kecepatan waktu komunikasi yang terjadi, terutama waktu dalam merespon.

Tidak semua komunikasi harus dilakukan secara *real time*. Fortin, seperti yang dikutip oleh Dolakhia, *et al.* (2000:7), menyebutkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara *real time* maupun secara *store and forward*, respon lebih cepat menjadi yang terpenting karena interaktivitasnya akan lebih baik. Salah satu contoh untuk memperbaiki interaktivitas adalah memanfaatkan pesan instan.

#### d) *Connectedness*

Mengacu kepada suatu perasaan yang terhubung dengan dunia di luar situs tertentu. Perasaan tersebut dapat diciptakan misalnya melalui *hyperlink* ke pembahasan (topik) dan situs terkait, *chat room online*, forum diskusi, komunitas berita serta usaha lain yang dapat membuat pengunjung dapat memiliki rasa komunitas.

#### e) *Personalization/Customization*

Komponen ini mengacu pada cerminan sejauh mana informasi yang terdapat di dalam *website* disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Personalisasi tergabung dalam kemampuan sistem mempergunakan informasi yang diberikan oleh pengunjung yang kemudian dikumpulkan terkait dengan pengalaman mereka dalam menggunakan *website*.

#### f) *Playfulness*

*Playfulness* merupakan komponen terakhir yang mengacu kepada nilai hiburan yang terdapat didalam suatu situs. Menurut Eigmey, berdasarkan penelitiannya tentang lima situs *web* yang berbeda, suatu situs *web* yang berhasil harus mengombinasikan antara hiburan dan informasi agar nilai yang dirasakan oleh para pengunjung situs dapat bertambah (Dholakia, *et al.*, 2000:8).

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti akan mencoba menggambarkan bagaimana interaktivitas *website* yang dilakukan *public relations* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Objek dalam penelitian ini adalah *website* humas di Biro Humas Pemerintah Provinsi

Kepulauan Bangka Belitung. Unit analisis dalam penelitian ini konten-konten yang terdapat dalam *website* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang merupakan teknik mengumpulkan data dengan cara *face to face* dengan narasumber untuk memperoleh data secara lengkap dan mendalam (Ardianto, 2011:178). Informan yang dipilih sebanyak dua informan yang merupakan informan praktisi *public relations* atau humas di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Informan pertama Erik Pamu Singgih N. selaku Kassubag Media Elektronik dan IT, adapun informan kedua Ahmad Sirajudin selaku Kassubag Publikasi Media Cetak. Peneliti memilih kedua informan tersebut karena kedua informan tersebutlah yang bertanggung jawab dan memiliki akses dalam mengelola *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Selanjutnya peneliti memilih dokumen-dokumen terkait yang tersedia di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sebagai teknik pengumpulan data karena dapat dijadikan data tambahan untuk mendukung penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Website* merupakan media berbasis internet yang saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai perusahaan swasta maupun pemerintahan, khususnya dibidang *public relations*. Para praktisi *public relations* menggunakan *website* sebagai media menyampaikan informasi kepada publik sekaligus menjalin hubungan dengan publik. *Website* dipilih karena sifatnya yang interaktif serta efisien. *Public relations* yang memanfaatkan *website* sebagai media dalam menjalankan aktivitasnya dikenal dengan istilah *Public Relations 2.0*.

Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat berbagai fitur yang dapat diakses oleh

pengunjung, seperti pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1. Fitur-Fitur dalam Website Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**

Sumber: [humas.babelprov.go.id](http://humas.babelprov.go.id)

Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memanfaatkan *website* sebagai media utama untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan para pimpinan melalui publikasi di *website* yang sekaligus sebagai media komunikasi dengan publik. Hal tersebut diharapkan dapat membuat interaktivitas di *website* terjalin antara public relations dengan publik. Tidak hanya itu, informasi-informasi kegiatan yang terdapat didalam *website* juga dapat menjadi rilis berita untuk para jurnalis agar sebaran informasi semakin luas.

### **Interaktivitas Website di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**

*Website* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan media utama yang dipilih dalam melakukan penyebaran informasi. Informasi yang disebarakan melalui publikasi didalam *website* adalah informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan para pimpinan di Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.



**Gambar 2. Tampilan halaman rilis berita website Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**

Sumber: [humas.babelprov.go.id](http://humas.babelprov.go.id)

Selain berfungsi sebagai media penyebaran dan publikasi kegiatan pimpinan, *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung juga seharusnya dapat menjadi tempat praktisi *public relations* dan pengunjung *website* dalam berkomunikasi secara interaktif, yang dibuktikan dengan terdapatnya fitur surat pembaca di dalam *website* tersebut. Dholakia, *et al.* (2000:6) memberikan pendapat bahwa *website* yang hanya berupa halaman teks tanpa link tautan, fitur untuk *feedback*, atau mesin pencari akan memiliki interaktivitas yang rendah dengan publiknya, apabila tidak dikelola dengan benar dan tersistematis akan membuat *website* tersebut menjadi media yang tidak interaktif dan tentu saja akan ditinggalkan oleh publiknya. Sesuai dengan penelitian Dinantiar Anditra (2011), terdapat kesamaan akan pentingnya pengelolaan yang dilakukan dalam suatu *website*.

Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

terdapat fitur yang dapat dijadikan tempat bagi praktisi pengelola *website* dengan masyarakat untuk menjalin komunikasi. Fitur tersebut adalah surat pembaca. Surat pembaca merupakan fitur yang terdapat di dalam *website* agar para pengunjung dapat memberikan umpan balik berupa komentar, pertanyaan tentang kebijakan atau program pemerintah maupun masalah publik yang ada. Namun, pada kenyataannya hanya terdapat satu kali *feedback* atau umpan balik dari pengunjung berupa surat pembaca yang diterima. Surat pembaca tersebut tidak berisi komentar, pertanyaan tentang kebijakan atau program pemerintah maupun masalah publik, tapi tentang *Lorem Ipsum*, yaitu komentar mengenai desain *web* yang tidak berhubungan dengan informasi dalam *website*.



**Gambar 3. Surat pembaca di Website Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.**

Sumber: [humas.babelprov.go.id](http://humas.babelprov.go.id)

Satu kali *feedback* yang terdapat didalam *website* tersebut menandakan jika *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum interaktif. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Putra (2015:71) yang menegaskan bahwa suatu *website* dapat dikatakan interaktif apabila para pengunjung *website* dapat beradu argumen mengenai pendapat-pendapat yang menjadi pemikiran mereka. Namun, hal tersebut belum terwujud pada *Website* Biro Humas dan Protokol.

di bawah ini merupakan gambar dari halaman video yang peneliti dapatkan dari *Website* Biro

Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung:



**Gambar 4. Tampilan halaman video di Website Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.**

Sumber: [humas.babelprov.go.id](http://humas.babelprov.go.id)

Susunan informasi yang terdapat di dalam *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung masih tersusun secara acak. Informasi-informasi yang berupa tautan acak membuat para pengunjung diarahkan ke link tautan tersebut. Informasi-informasi tersebut seharusnya diformat dengan baik agar dapat memudahkan para pengunjung dalam memperoleh informasi

Para pengelola atau admin di *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung telah melakukan usaha-usaha agar masyarakat mengenal *website* mereka dengan harapan masyarakat dapat mengaksesnya. Usaha-usaha tersebut berupa promosi *website* melalui spanduk di titik-titik strategis dengan tidak lupa menyertakan alamat *website*, usaha lain yang dilakukan adalah perbaikan dengan format teks konten *website* yang sebelumnya dirasa kurang menarik pengunjung.

Perbaikan tersebut berupa membuat format teks konten lebih menarik dengan mengikuti gaya bahasa jurnalis namun tetap tidak meninggalkan etika pemerintahan. Usaha lain yang dapat dilakukan adalah penambahan sumber daya manusia yang cakap akan IT dengan fasilitas yang mendukung. Pada Biro Humas dan Protokol

Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum terdapat praktisi yang memiliki kekhususan dalam bidang tenaga komputer atau *IT* serta fasilitas masih terbatas.



**Gambar 5. Daftar Link di website Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.**

Sumber: [humas.babelprov.go.id](http://humas.babelprov.go.id)

Adapun dibawah ini merupakan pembahasan enam komponen menurut Dholakia, *et al.*(2006) dalam membangun *website* untuk mengulas *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, yaitu:

### 1. User Control

*User Control* berisikan kebebasan pengunjung dalam menentukan waktu, pemilihan antara teks saja atau teks plus grafis, pemilihan bahasa, dan terdapatnya mesin pencari. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung masyarakat dapat mengakses informasi kapan saja karena sifat internet yang tidak memiliki batasan ruang dan waktu. Format teks yang terdapat di dalam *website* masih dalam satu format teks yang sama, yaitu berupa teks plus gambar. Kebebasan pengunjung dalam memilih bahasa dan mencari informasi yang dibutuhkan melalui mesin pencari di *website* belum tersedia. Bahasa yang digunakan masih satu bahasa yaitu Bahasa Indonesia, adapun fitur untuk mesin pencari belum tersedia.

### 2. Responsiveness

*Responsiveness* dalam hal ini dapat diartikan sebagai keterkaitan respon terhadap pesan sebelumnya. Pada *website* di Biro Humas dan

Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung karena belum terdapat *feedback* baik itu masukan, pertanyaan, keluhan atau masalah publik, maka tidak ada yang dapat direspon oleh para praktisi yang mengelola *website*. Menurut para praktisi yang mengelola *website*, belum terdapatnya *feedback* karena *website* tersebut kurang dikenal oleh masyarakat sehingga membuat pengunjung sedikit. Hal itu dianggap memengaruhi *feedback* yang diterima.

### 3. Real time interactions

Pada komponen *real time interactions* dinilai pada kecepatan waktu komunikasi yang terjadi terutama waktu dalam merespons. Belum terdapat media yang digunakan dalam merespons masukan, pertanyaan, keluhan atau masalah publik karena belum terdapat *feedback* yang dapat di respon.

### 4. Connectedness

Suatu perasaan yang terhubung dengan dunia di luar situs tersebut misalnya *chat room online*, forum diskusi dan komunitas berita. Pada kenyataannya dalam *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum terdapat fitur-fitur tersebut.

### 5. Personalization/Customization

Komponen kelima yaitu personalisasi sistem, yang dapat menggunakan informasi yang diberikan oleh pengunjung kemudian dikumpulkan terkait pengalaman mereka dalam penggunaan *website*. Tujuannya agar informasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum terdapat personalisasi tersebut. Para pengelola atau admin *website*-nya hanya terus mempublikasikan informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para pimpinan.

### 6. Playfulness

Fitur hiburan yang terdapat di dalam *website*. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum terdapat fitur yang bersifat hiburan bagi para pengunjungnya. Menurut pengelolanya, tidak adanya fitur hiburan karena situs ini merupakan *website* pemerintah yang sifatnya resmi sehingga jarang ada fitur bersifat hiburan.

Berdasarkan penjabaran mengenai komponen-komponen keberhasilan membangun *website* yang interaktif menurut Dholakia, *et al.* (2006) diatas dapat disimpulkan bahwa dari enam komponen yang ada hanya terdapat satu komponen yang terdapat didalam *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Satu fitur tersebut yaitu *user control*. Namun, *user control* yang terdapat di dalam *website* tersebut hanya berupa fitur kebebasan memilih waktu dalam mengaksesnya karena *website* menggunakan media internet yang tidak mengenal batasan ruang dan waktu. Fitur lain yang terdapat didalam *user control* seperti pemilihan teks, bahasa, dan mesin pencari belum terdapat di dalam *website* itu sendiri.

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa *website* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum termasuk ke dalam kriteria *website* yang dapat dikatakan interaktif. Hal ini sejalan dengan penelitian Tilley (2003) bahwa suatu *website* organisasi dapat membangun hubungan dengan khalayaknya apabila kriteria dari suatu interaktivitas lebih banyak digunakan.

### **Public Relations Membangun Hubungan dengan Publik Melalui Website**

*Public relations* merupakan perantara suatu organisasi dalam membangun hubungan dengan publik. Phillipson (2008:2) mengemukakan, *public relations* berupaya agar suatu informasi perusahaan dapat disampaikan dan diterima oleh publiknya.

Membangun hubungan dengan publik melalui *website* saat ini merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan oleh para praktisi *public relations*. Istilah *public relations* yang memanfaatkan *website* sebagai media penyebaran informasi dan membina hubungan adalah *Public Relations 2.0*. Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam aktivitas *Public Relations 2.0*, menggunakan *website* sebagai media publikasi informasi kegiatan-kegiatan para pimpinan. Selain itu, diharapkan dapat menjalin hubungan dengan publik melalui *website* tersebut.

Cutlip (2011:466) mengatakan, terdapat tujuh tujuan *public relations*, yaitu: memberi

informasi kepada konstituen tentang aktivitas agen pemerintah; memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah; mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan; melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah; mengelola informasi internal; memfasilitasi hubungan dengan media; dan membangun komunitas bangsa.

Pada kenyataannya, para praktisi pengelola *website* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung hanya menerapkan empat dari tujuh tujuan *public relations* tersebut tersebut melalui *website*-nya. Para pengelola atau admin *website* memberikan informasi secara berkesinambungan kepada masyarakat melalui *website*. Informasi tersebut diperbarui setiap hari karena kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur dan para pimpinan di Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung berlangsung setiap hari, sehingga penting bagi para praktisinya untuk memperbaharui informasi tersebut secara konstituen.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Belinda Devi Larasati Siswanto dan Firda Zulivia Abraham (2016), ketersediaan informasi yang dapat diakses publik dapat memaksimalkan peran humas sebagai fasilitator komunikasi. Memberikan informasi yang berkesinambungan kepada publik menandakan jika praktisi *public relations* yang mengelola *website* sudah berperan dalam melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah.

Praktisi *public relations* yang mengelola *website* juga sudah memfasilitasi hubungan dengan media melalui informasi yang terdapat di dalam *website*, yang dapat menjadi rilis-rilis berita juga untuk para jurnalis agar dapat dipublikasikan di media mereka. Hal ini dapat dilihat dari konten *website* di Biro Humas dan Protokol yang berisi banyak informasi mengenai kegiatan pemerintah. Informasi yang bersifat informatif, sesuai fakta yang ada dan dapat dipertanggung jawabkan tersebut dapat membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat.

Dalam membangun hubungan dengan publik melalui *website*, para praktisi *public relations* tentunya harus memastikan integrasi dengan

*world wide web* atau situs *website* itu sendiri. Berdasarkan lima prinsip panduan integrasi antara *public relations* dan *world wide web* dari Kent & Taylor (2008:326), pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *The Dialogic Loop*

Temuan yang didapat menunjukkan, pertama perlu adanya pelatihan terhadap pengelola *website* untuk menjawab pertanyaan, menjelaskan suatu kebijakan serta harus memiliki kemampuan komunikasi. Kedua, harus adanya staf organisasi yang mengelola *website* untuk dapat menanggapi masalah pertanyaan, serta permintaan publik. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol belum terdapat pelatihan khusus yang dilakukan oleh pengelola atau admin *website* karena anggaran yang masih terbatas.

Selain itu, untuk menanggapi masalah pertanyaan, serta permintaan publik terdapat staf yang tersedia yaitu para pengelolanya. Namun, sebelum menanggapi para pengelola atau admin *website* akan berkoordinasi terlebih dahulu kepada atasan, tergantung dengan pertanyaan yang ditanyakan. Apabila terkait masalah spesifik akan dikoordinasikan dengan UPD-UPD terkait.

#### 2. *The Usefulness of Information*

Prinsip ini dimaksudkan, harus terdapat informasi yang bernilai umum di dalam *website*, seperti data berupa nomor telepon, alamat *e-mail*, dan alamat kontak para anggota organisasi. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat informasi-informasi bernilai umum, misalnya nomor telepon dan alamat *e-mail* organisasi.

#### 3. *The Generation of return Visits (RV)*

Terdapat fitur yang dapat membuat publik mau mengunjungi situs *website* berulang kali, misalnya, informasi yang diperbarui, perubahan topik serta isu, forum khusus, sesi tanya jawab *online*, dan rubrik pakar yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan pengunjung. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung fitur yang tersedia hanya informasi

yang diperbarui setiap hari, tidak ada fitur-fitur lain di atas.

Namun, pada *website* tersebut terdapat fitur baru yang diharapkan dapat menarik perhatian pengunjung, yaitu video. Video berisikan mengenai berita terkait informasi kegiatan para pimpinan. Meski begitu, fitur terbaru tersebut masih harus banyak mengalami perbaikan, salah satunya adalah masalah domain yang terbatas.

#### 4. *The Intuitiveness/ Ease of the Interface*

Ketiadaan tautan acak terhadap pemilihan informasi di dalam situs untuk mengarahkan pengunjung membuat pengunjung bingung dalam mendapat informasi. Namun, pada kenyataannya informasi yang tersedia di *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung masih berupa tautan acak, yang nantinya pengunjung akan diarahkan ke *link* tersebut.

#### 5. *The Rule of Conservation of Visitors*

Pada prinsip ini, apabila memasukkan *link* tautan di dalam *website* maka pengunjung tidak tersesat. Tautan tersebut harus memiliki arahan kembali bagi para pengunjung untuk dapat kembali ke *website* sebelumnya. Pada *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat link dari tautan Portal Nasional Republik Indonesia, Portal Provinsi Kepulauan Babel, LPSI, Informasi Publik, dan link Kabupaten Kota. Tautan-tautan tersebut tidak memiliki arahan kembali bagi para pengunjung *website* untuk dapat kembali ke *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

## SIMPULAN

Pada Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat *website* yang dijadikan media utama dalam menyebarkan informasi mengenai berbagai kegiatan para pimpinan di Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Website* sebagai bentuk perwujudan aktivitas *Public Relations 2.0* dianggap lebih murah dan diyakini pesan yang disampaikan akan lebih cepat sampai.

Biro Humas Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sudah mulai melakukan integrasi dengan *website* yang ditandai dengan terdapatnya staf untuk menjawab pertanyaan publik, informasi diperbarui setiap hari, dan mulai menambah fitur video yang diharapkan dapat membuat kunjungan berulang. Informasi yang diperbarui setiap hari merupakan informasi yang disesuaikan dengan kegiatan-kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur dan Asisten di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Hal tersebut dilakukan karena informasi yang terdapat dalam *website* tersebut merupakan bentuk dukungan publikasi bagi para pimpinan.

Namun, pada Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum terdapat Sumber Daya Manusia (SDM) yang mempunyai kemampuan untuk mengelola *website* yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya, seperti ahli IT atau tenaga ahli komputer. Selain itu, praktisi *public relations* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung bukan praktisi yang memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidang public relations atau humas.

*Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tidak hanya bertujuan menyebarkan informasi, tapi juga diharapkan menjadi tempat para praktisi *public relations* menjalin hubungan dengan publik, ditandai dengan adanya fitur surat pembaca. Namun pada kenyataannya, hanya terdapat satu kali surat pembaca yang ada sejak *website* tersebut terbentuk.

Selain surat pembaca yang hanya baru satu kali, hanya terdapat satu komponen dari enam komponen interaktivitas *website* dalam *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Satu komponen tersebut hanya memenuhi satu fitur yang ada. Hal tersebut menandakan jika *Website* Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum termasuk kedalam kategori *website* yang interaktif.

Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa *website public relations* di Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung hanya melakukan tiga dari lima prinsip

panduan agar tercapainya keberhasilan integrasi *public relations* dan *website*. Tiga prinsip tersebut adalah *the dialogic loop*, *the usefulness information*, dan *The Generation of Return Visits (RV)*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anditra, D. (2011). *Evaluasi Situs Layanan E-Government Milik Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia*. Tesis tidak diterbitkan. Universitas Indonesia, Depok.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, S. (2013). *Gampang dan Gratis Membuat Website: Web Personal, Organisasi dan Komersil*. Jakarta: Lembar Langit Indonesia.
- Breakenridge, D. (2008). *PR 2.0: New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press.
- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M. (2011). *Effective Public Relations* (Tri Wibowo, Penerjemah). Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Dholakia, R.R., Miao, Z., Dholakia, N., & Fortin, D.R. (2000). Interactivity and Revisits to Website: A Theoretical Framework. *RITIM (Research Institute for Telecommunications and Information Marketing) Working Paper* (pp. 1-19). Diakses dari <http://ritim.cba.uri.edu/wp/>
- Fellers, P. & Hurte, J. (2011). *Building An Online Foundation For Healthcare Industry*. United States: Lulu.com
- Friedman, J. (2015). *PR 2.0: How Digital Media Can Help You Build a Sustainable Brand*. United Kingdom: Do Sustainability
- Heath, R.L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations. United States of America: SAGE Publications*.
- Humas & Protokoler. (tt). *Pemprov Kepulauan Bangka Belitung. Dokumen dan Lambang Daerah*. Diakses dari <http://www.babelprov.go.id/>
- Kent, M.L. & Taylor, M. (1998). Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3): 321-334.
- Miletsky, J.I. (2009). *Principles of Internet Marketing: New Tools and Methods for Web Developers*. Boston: Cengage Learning.

- Parackal, J. (2016). *PR As Persons In Relations: A Personalistic to the Study and Practice of Public Relations*. New Delhi: Educreation Publishing.
- Peraturan Gubernur Kepulauan Bangka Belitung Nomor 56 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Sekretariat Daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung
- Phillipson, I. (2008). *Buku Pintar Public Relations*. Yogyakarta: Image Press.
- Putra, Y. I. (2015). *1 Jam Bisa Membuat Website Gratis Otodidak Tanpa Guru*. Jakarta: Dan Idea
- Sarri, B.W.N. (2012). *Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Siswanto, B.D.L. & Abraham, F.Z. (2016). Peran Humas Pemerintah sebagai Fasilitator Komunikasi pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1(19): 55-68.
- Solis, B. & Breakenridge, D.K. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR*. New Jersey: FT Press.
- Yulawati & Irawan, E.P. (2016). Peran Cyber Public Relations Humas POLRI dalam Memberikan Pelayanan Informasi Public Secara Online: Studi Deskriptif tentang Penerapan Peran Cyber Public Relations dalam Mengelola Wbsite humas.polri.go.id sebagai Implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Politikom Indonesia*, 1(1): 208-220.
- Zaki, A. (2009). *Kiat Jitu Membuat Website Tanpa Modal*. Jakarta: Elex Media Komputindo.