

Aktivitas Digital Public Relations Melalui Website Pramuka.Id.

Revina Damayanti^{1*}, Dyah Rahmi Astuti¹, Ahmad Sarbini²

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

²Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung
Djati Bandung

*Email: Rererr1812@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Aktivitas Digital *Public Relations* melalui konsep 3C (*Content, Computing, dan Communication*) pada *website* Pramuka.Id, dalam upaya memberikan informasi dan memberikan wadah untuk anggota Pramuka di Indonesia dengan paradigma konstruktivisme, pendekatan interpretatif, metode penelitian studi deskriptif kualitatif, serta pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, dan dokumentasi. Hasil penelitian Aktivitas Digital *Public Relations* yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional melalui proses tiga tahap pada konsep 3C yaitu 1) (*Content*) melalui proses panjang seperti pembuatan tabel konten, menyeleksi informasi yang masuk, dan menyunting naskah 2) (*Computing*) dalam pengelolaan, manajemen konten, dan pencarian mesin telusur menggunakan CMS dan SEO 3) (*Communication*) yang dilakukan oleh tim kepada khalayak menggunakan metode sinkron chat dan asinkron.

Kata Kunci: Digital Public Relations, Konsep 3C, Pramuka.Id

ABSTRACT

This study aims to describe how Digital Public Relations Activities through the 3C concept (Content, Computing, and Communication) on the Pramuka.Id website, in an effort to provide information and provide a forum for Scout members in Indonesia with constructivism paradigms, interpretative approaches, research research methods. qualitative descriptive, as well as data collection through in-depth interviews, passive participatory observation, and documentation. The results of research on Digital Public

Relations Activities conducted by the National Quarterly Information Center through a three-stage process on the 3C concept, namely 1) (Content) through a long process such as creating content tables, selecting incoming information, and editing manuscripts 2) (Computing) in management, content management, and search engine search using CMS and SEO 3) (Communication) conducted by the team to the audience using synchronous chat and asynchronous methods.

Key Words : *Digital Public Relations, 3C Concept, Pramuka.Id*

PENDAHULUAN

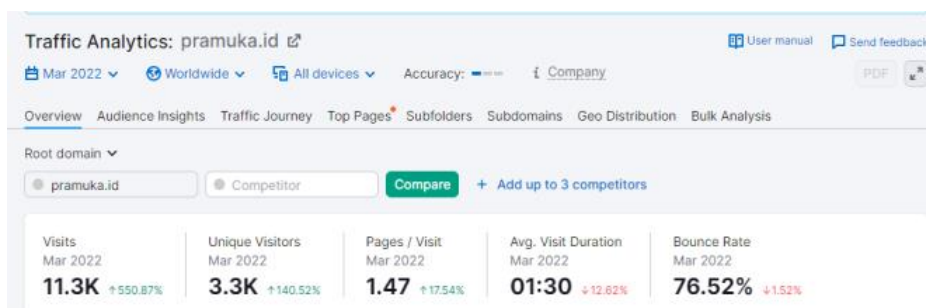
Aktivitas Digital Public Relations lahir dari konvergensi media baru seiring berkembangannya teknologi komunikasi digital. *Website* merupakan bentuk pemanfaatan teknologi internet oleh suatu organisasi sebagai penyedia layanan informasi dan komunikasi secara efisien. *Website Pramuka.id* tentu dapat meningkatkan kesadaran publik, dengan mempublikasikan program, dokumentasi acara, dan ajakan untuk mengikuti kegiatan hingga informasi penting mengenai kegiatan Kepramukaan di Indonesia dalam menjalankan aktivitas digital *public relations* melalui media *website*, dapat dilihat melalui kegiatan yang dimuat pada laman *website Pramuka.Id* berupa informasi kegiatan pramuka diseluruh Indonesia berupa *Press Release* dan *online news*.

Pusat Informasi Kwartir Nasional memanfaatkan kemajuan teknologi berbasis digital dalam membangun komunikasi dengan seluruh publik melalui website Pramuka.Id sesuai dalam UU No.12 tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka. Humas bekerja untuk menjadi garda terdepan dalam menciptakan dan menampilkan citra positif dibenak publik. Pusat Informasi Kwartir Nasional merupakan bagian intergal sebagai wadah pelayanan informasi baik di dalam maupun di luar lingkungan Gerakan Pramuka, bertanggung jawab terhadap penyebarluasan konten Gerakan Pramuka dalam menyampaikan hasil produksi konten melalui media sosial dan media konvensional.

Website yang dikelola oleh Pusat Informasi bertujuan agar seluruh aspek masyarakat dapat menerima informasi yang sejelas-jelasnya mengenai kegiatan pramuka yang ada diseluruh Indonesia. Pusat Informasi Kwartir Nasional aktif mengelola website dengan menyebarkan Press Release, berita online, dan Opini kepramukaan sebanyak empat sampai enam postingan perhari secara up to date, agar masyarakat dapat menerima informasi secara cepat dan aktual. Website ini menjangkau sekitar 550,87%

dengan Jumlah anggota pramuka sebanyak 50,4 Juta pada tahun 2022.

Data ini diambil untuk membuktikan bahwa aktivitas Digital Public Relations, sangat mendukung Publikasi Kepramukaan. Website Pramuka.Id menghubungkan masyarakat yang ingin mengetahui informasi Kepramukaan, sebagai alat komunikasi yang efektif. Pusat Informasi Kwartir Nasional memang bukan organisasi yang pertama memanfaatkan media baru ini ada banyak lembaga dan organisasi yang juga memanfaatkan media baru untuk publikasi, maka dari itu Pusat Informasi Kwartir Nasional harus mampu bersaing dalam Aktivitas Digital Public Relations dengan merespon isu lebih dini sehingga mencegah terjadinya penyebaran berita hoaks.



<https://www.semrush.com/analytics/traffic/overview/pramuka.id>

Gambar 1.2 Traffic Analytic website Pramuka.Id.

Peneliti tertarik untuk menjadikan Aktivitas Digital Public Relations pada website Pramuka.Id sebagai objek penelitian karena sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, hal ini membawa dampak pada aktivitas kehumasan khususnya pada Pusat Informasi Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, yang melakukan transformasi media dari konvensional menuju digital. Masyarakat non pramuka bebas untuk mengakses website Pramuka.Id untuk mencari informasi yang berhubungan dengan kepramukaan tanpa dibatasi oleh ruang, waktu, biaya, dan jarak, ini menjadi inovasi baru yang dapat membantu Humas khususnya Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam menyebarkan pesan dan informasi kepada seluruh anggota pramuka, orang tua peserta didik, dan masyarakat luas dengan efektif dan efisien.

Hal ini menjadi bentuk baru dari aktivitas Kehumasan pada era teknologi komunikasi dan informasi dalam sebuah organisasi mendatangkan hal baik bagi sebuah organisasi atau lembaga, maka dari itu perlu dilakukannya peningkatan skill sumber daya dan website untuk pembuatan-pembuatan konten penunjang penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penelitian ini berfokus pada Aktivitas *Digital Public Relations* Melalui *Website Pramuka.Id*. Fokus penelitian ini yaitu, Pertama *Content* (Pembuatan Konten) yang dilakukan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Digital Public Relations* melalui *Website Pramuka.Id*, Kedua *Communication* (Proses Komunikasi) Pusat Informasi Kwartir Nasional, dan Ketiga *Commputing* (Sistem Komputasi).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rinaldi Rindiantika, dan Hermawati Riza (2019) yang dilaporkan dalam bentuk Jurnal Komunikasi dengan judul Aktivitas Digital PR humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi. Penelitian tersebut membahas komitmen yang kuat dalam meningkatkan kualitas pelayanan komunikasi, melalui peran Humas Bandung dalam menerapkan digital PR dengan memanfaatkan media Informasi dan publikasi seputar kegiatan penyelenggaraan pemerintah.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian maka peneli memfokuskan Aktivitas *Digital Public Relations* Melalui *Website Pramuka.Id* dengan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana sistem Computing dalam Aktivitas *Digital Public Relations* melalui website *Pramuka.Id*?; (2) Bagaimana proses *Communication* Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Digital Public Relations* melalui website *Pramuka.Id*?; (3) Bagaimana pembuatan *Content* yang di lakukan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas *Public Relations* melalui website *Pramuka.Id* ?

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan karena peneliti berusaha menggambarkan bagaimana Aktivitas *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional melalui *Website Pramuka.Id*. peneliti ini didapatkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis dokumen.

LANDASAN TEORITIS

Konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah Konsep 3C dari Henry Jefkins. Konsep tersebut digunakan karena sangat relevan dengan Konvergensi Media yang sedang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam pemanfaatan Internet Menurut Jefkins (2006) Konvergensi memberikan efek terhadap manusia dalam berbagai tingkatan baik tingkatan individu maupun tingkatan sosial. Konvergensi media yang menjadi awal dalam peristiwa digitalisasi media terjadi disemua lini tidak hanya text, gambar, suara, dan video yang mengalami proses digitalisasi, proses penyimpanan database juga mulai dilakukan melalui media digital, awalnya internet hanya menjadi sebagai media pemberi informasi seperti televisi dan radio yang minim interaksi, namun internet pada masa kini menjadi media yang paling interaktif yang sangat membantu masyarakat dalam penyampaian informasi berupa industri media tetapi sudah mencari dan menyeleksi sendiri informasi yang ada.

Konvergensi media mampu menggabungkan ketiga unsur "C" atau "3C" yang terdiri dari *computing*, *communication*, dan *content*, sebagai berikut: *Computing* merupakan salah satu yang menjadi penopang perkembangan konvergensi media, bentuk virtualisasi dari komputer, sumber penyimpanan data, dan sistem web yang modern. *Computing* memberikan ruang penyimpanan terpusat di server dan hanya memerlukan akses internet ke server dalam dunia industri media, *computing* ini digunakan untuk menyimpan siaran yang bisa diakses oleh khalayak untuk disaksikan kembali. *Communication*, dalam konvergensi media merupakan komunikasi termediasi oleh komputer untuk dapat interaktif dalam media massa, seperti pada suatu platform tersedia di kolom komentar yang memungkinkan khalayak untuk dapat mengontrol kapan, dimana, dan bagaimana akses untuk terhubung dengan informasi dalam berbagai jenis. *Content*, yaitu mengenai kemampuan memunculkan berbagai bentuk konten media hanya melalui satu media. Konten merupakan hal paling penting dalam kekuatan konvergensi terbaik yang bisa diterima dan menarik perhatian khalayak.

Konvergensi media dalam aspek Humas menghasilkan berbagai *output* dengan berbagai konten multimedia yang sangat membantu untuk penyebaran informasi kepada publik dengan efektif dan efisien. Aktivitas *Public Relations* merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu humas dalam sebuah kegiatan organisasi atau lembaga. Menurut Elitear (2017)

dalam Jurnal Kegiatan Humas untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan organisasi yang direncanakan, dirumuskan tujuannya, ditentukan programnya, dan dinilai keberhasilannya. proses interaksi dimana seorang PR membentuk atau menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Tujuannya untuk menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya dan citra yang baik dipubliknya. Aktivitas *public relations* yang utama adalah:



Sumber: Businessjargons.com/public-relations-activities.html

Gambar 2 Public Relatuons Activity

Media Relations merupakan kegiatan hubungan masyarakat yang paling banyak digunakan untuk membantu dan menjangkau sekelompok besar pelanggan, *Counseling* ahli *public relations* mempraktikkan peran penasihan dimana seorang humas harus memandu manajemen senior organisasi dalam program komunikasi khusus. Seorang Humas akan memberikan saran dan rekomendasi tentang kebijakan organisasi serta membantu dalam membuat suatu keputusan sebagai model komunikasi efiseien untuk mengelola aliran informasi kepada publik., *Research* suatu organisasi mengadopsi model komunikasi dua arah untuk memfasilitasi arus informasi yang bebas antara organisasi dan publiknya. Hal ini membantu dalam memanfaatkan teknik penelitian dan survei secara eksentensif untuk lebih memahami publik, *The publicity* memberikan informasi faktual, bermakna, dan menarik kepada suatu media dimana organisasi bisa memiliki kendali. Tujuan publitasi sendiri untuk mendorong publik dan memberikan informasi yang diperlukan tentang organisasi, bisanya seorang PR menggunakan alat publitasnya yaitu *Press Release*, *News Release*, *Profile*, dan *Inhouse Journal*.

Public Relations Digital, tidak berbeda jauh dengan *Public Relations* era media Konvensional, yaitu sebuah proses komunikasi yang lebih strategis dengan tujuan untuk membangun hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dari suatu organisasi kepada publik. *Public Relations Digital* dan *Public Relations* Konvensional memiliki perbedaan dalam segi komunikasi, jika konvensional mengerjakan event serta publikasi melalui televisi, radio, dan cetak. Jika digital lebih banyak memanfaatkan media berbasis internet, tetapi tujuan dari keduanya adalah sama-sama menciptakan kesan yang positif, hubungan yang baik, dan meningkatkan visibilitas suatu organisasi. Hobbs (2010) bahwa era digital disebut dengan *artificial intelligent* (AI), penyebutan era 4.0 ini berawal dari tahun 2011 di Hannover Fair Jerman, dimana menunjukkan sebuah strategi untuk meningkatkan persiapan dari luar negeri dan bertujuan untuk membedakan industri Jerman serta negara eropa di pasar Internasional.

Menurut Dyah dkk (2021) *Public Relations* di tengah era serba digital harus mampu untuk menjawab tantangan tersebut dengan melakukan inovasi serta adaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini. Munculnya era digitalisasi menjadi sarana yang efektif bagi seorang praktisi *public relations* untuk melakukan kegiatan kehumasan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Humas juga harus bisa menjaga citra dan membangun audiens online, maka dari itu digital *public relations* menggunakan media internet yang tersedia dengan berbagai jenis, manfaat, dan audiens yang beragam. Tujuan utama lainnya untuk membangun kredibilitas dan motivasi guna mendukung komunikasi, sekaligus melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk, mempertahankan image dimata publik. Digital *public relations* mempunyai peranan penting sehingga menghasilkan hasil yang luar biasa dan menciptakan komunikasi dua arah antara organisasi dan audiensnya. Tentunya dengan meningkatkan profil, reputasi, dan kredibilitas organisasi secara eksponensial.

Berdasarkan data penelitian yang di kutip dari *website* apiii.or.id bahwa penyelenggaraan jasa internet Indonesia tahun 2017, menunjukkan bahwa penggunaan internet terus meningkat di Indonesia mencapai 143,26 Juta. Cutlip, Center, dan Broom (1952) Internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam. Media internet memiliki popularitas dan multifungsi yang menjadikan praktisi Humas memanfaatkan media internet untuk membangun sebuah citra suatu organisasi dan lembaga.

Humas mempublikasikan kegiatan yang berkaitan dengan organisasi tanpa memandang pihak-pihak tertentu dan siapapun dapat memperoleh informasinya, melalui media internet peranan yang lebih besar dibanding dengan humas konvensional menimbulkan banyak keuntungan, jika praktisi humas menggunakan dan memanfaatkan media internet, seperti yang diungkap oleh Nita (2017:70) mengenai humas memanfaatkan media internet. Internet berfungsi sebagai media perantara penyambung lidah antara publik dan organisasi sebagai iklan, media, alat marketing, sarana penyebaran informasi. Public Relations organisasi telah banyak mempertimbangkan penggunaan internet sebagai salah satu strategi komunikasi. Internet sudah menjadi bagian dari budaya organisasi, melalui internet setiap individu dapat menjadi penerbit, konsumen, bahkan melakukan kampanye untuk meng-influncer.

Berkembangannya teknologi yang semakin canggih membuat strategi dan wajah baru bagi *public relations*. Kegiatan komunikasi melalui internet tentunya membuat para praktisi *public relations* mendapatkan ilmu baru yang memerlukan untuk belajar dengan kreatif agar mampu membuat suatu karya tulis agar informatif dan tidak menimbulkan kesalahan pemahaman Praktisi Humas harus memiliki keterampilan salah satunya adalah menulis dan pandai berbicara di depan umum. Keahlian yang diperlukan dalam humas online bukan hanya sekedar lincah menulis dan pandai berbicara, namun juga menguasai komunikasi daring dengan memanfaatkan *website* dan media sosial. Keahlian seorang praktisi humas akan lebih penting lagi dimasa depan.

Demikian pula keterampilan hubungan media yang akan dibutuhkan di era perkembangan pesat media saat ini dan masa depan. Hasil survei Perencanaan PR pada tahun 2010, disebutkan bahwa *public relations* fokus pada media sosial, multimedia, dan optimisasi mesin pencarian (SEO). Humas online menciptakan sebuah produk berupa PR-Writing, Design Grafis, Video youtube, dan masih banyak lainnya. Praktisi Humas dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), lebih dari sekedar pandai menulis (*writing skills*) dan lincah berbicara (*speaking skill*).

Website menjadi salah satu media yang paling sering untuk diakses dan digunakan dalam mencari berbagai informasi dan saraa komunikasi. Website biasanya menampilkan tampilan awal yang dapat diakses melalui laman utama menggunakan browser dengan menuliskan URL yang

tepat. Karena itu sebuah website mempermudah masyarakat dalam menjalin komunikasi timbal balik, antara mendapatkan informasi dan menerima informasi. Menurut Sezign (2019) Website juga memiliki banyak unsur sesuai dengan kebutuhan suatu komponen sebagai berikut. Komponen pertama yaitu domain, sebuah website dapat dianalogikan sebagai toko, dimana pengunjung tertarik untuk visit sebentar melihat-lihat situs website dan konten didalamnya. Jika website tidak memiliki sebuah konten, maka dapat dikatakan bahwa situs tersebut tidak memiliki tujuan yang jelas.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pusat Informasi Kwartir Nasional merupakan lembaga pendukung publikasi yang mewadahi pelayanan informasi Kwartir Nasional Gerakan Pramuka baik didalam maupun diluar tentang kebijakan, aktivitas, dan dokumentasi kegiatan Kepramukaan melalui *Website Pramuka.Id* melalui web ini informasi terpusar dan dapat diakses oleh seluruh anggota Pramuka dan masyarakat secara gratis. Anggota Pramuka yang memiliki minat dalam kepenulisan, foto, video, dan peliputan dapat mengirimkan hasil karya dan informasinya melalui email untuk di terbitkan pada laman *Website Pramuka.Id*. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap tiga informan secara mendalam mengenai Aktivitas Digital *Public Relations* Melalui *Website Pramuka.Id* dilihat dari prespektif konsep 3C (*Content, Computing, dan Communication*), yaitu:

Content Plan

Content Plan merupakan langkah awal yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam Aktivitas Digital *Public Relations* melalui *Website Pramuka.Id*, proses ini dilakukan untuk mengolah konten yang masuk ke Pusat Informasi yang akan di pilih dan di distribusikan melalui website. Pusat Informasi setiap bulannya membuat sebuah Table Konten, sebelum konten akan diunggah dalam laman web, informan membentuk dalam susunan tertentu, hal ini menjadi acuan bagi *Public Relations* dalam proses pembuatan konten website *Pramuka.Id*, selain itu menjadi evaluasi di akhir bulan perihal progress perkembangan konten setiap bulannya.

Tabel 1 Konten dari web Pramuka.Id selama bulan Mei 2022

No	Judul Tulisan	Rubik	Dokumentasi	Isi Tulisan
1	Kwarda Riau Akan Perkuat Kebijakan Terkait Pengelolaan Dana Hibah	Warta Pramuka		H Kasiarudin dalam sambutannya menyampaikan Rapat Paripurna merupakan momen strategis dalam membahas kebijakan-kebijakan di Kwarda dan memperkuat kebijakan yang sudah ada.
2	Foto Pelantikan Pengurus Saka Wirakartika Tingkat Daerah Bali Masa Bakti 2022-2024	Warta Foto		Ketua Kwartir Daerah (Kwarda) Gerakan Pramuka Bali Kak Made Rentin Melantik jajaran pengurus Saka Wira Kartika Tingkat Daerah Bali Masa Bakti 2022-2024 di Makaroem 163 WSA Denpasar, Selasa (31/05/22)
3	Lebaran Ala Kak Budi Waseso	Warta Video		Simak pemaparan dan pandangan serta pengalaman Ketua Kwartir Nasional (Kwarnas) Gerakan Pramuka Kak Budi Waseso terkait Hari Raya Idul Fitri atau Lebaran.
4	Gerakan Pramuka	Opini		Moderasi beragama saat ini menjadi

Moderasi Beragama



pilihan paling ideal bagi kehidupan beragama di Indonesia, dalam moderasi beragama menemukan persamaan diantara perbedaan menjadi lebih penting dibandingkan dengan mempertaham perbedaan, yang cenderung melahirkan sikap eksklusif dan permusuhan.

Pusat Informasi menugaskan satu orang untuk merancang dan membuat tabel konten setiap bulannya, sebelum konten akan diunggah dalam laman web, informan membentuk dalam susunan tertentu, hal ini menjadi acuan bagi *Public Relations* dalam proses pembuatan konten website *Pramuka.Id*. Selain membuat tabel konten atau content plan anggota yang berada pada bidang ini me-rest konten apa saja yang sedang relate untuk nantinya akan dimasukan kedalam website pada bulan-bulan ini, konten ini biasanya masuk pada rubik Opini. Tabel Konten menjadi acuan Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam mengupload suatu berita, Opini, ataupun Foto dan video. Perencanaan yang dibuat untuk mengembangkan konten yang dapat menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke website *Pramuka.Id*. Selain itu memaksimalkan kesempatan sebagai media exposure, lebih memahami audiens lebih dalam lagi. Hal ini juga memerlukan evaluasi setiap bulannya mengingat apakah strategi yang digunakan dalam langkah awal dari content plan ini dapat berjalan dengan baik tidak setiap bulannya.

Pusat Informasi Kwartir Nasional menerima hasil karya anggota pramuka berbentuk tulisan yang memuat informasi berupa kegiatan Kepramukaan di Indonesia, sebelum akhirnya masuk ketahap editing atau penyuntingan Pusat Informasi Kwartir Nasional menyeleksi terlebih dahulu tulisan-tulisan yang masuk melalui email dan whatsapp. Menurut

Destiyana (2021) menyeleksi tulisan menggambarkan sudut pandang seorang penulis dari berbagai informasi yang nantinya akan disajikan dalam bentuk tulisan berkualitas. Tim yang melakukan seleksi terhadap tulisan-tulisan yang masuk melalui email dan whatsapp merupakan komponen penting sehingga tim harus terlibat langsung dalam pemilihan suatu informasi.

Tahap selanjutnya setelah selesai diseleksi, tulisan yang dikirim oleh pengirim akan masuk ketahap penyuntingan. Menyunting Naskah dilakukan setelah kegiatan menulis, pada dasarnya menulis merupakan kegiatan komunikasi seperti lisan dengan menyampaikan sebuah pesan dengan efektif dan tepat. Menurut Enest (2005) tujuan dari menyunting naskah informasi sebelum terbit untuk memperbaiki kesalahan penulisan naskah online yang berkaitan dengan ejaan, diksi, dan kalimat, hal ini disampaikan oleh Kak Choiri, yakni:

“ Jika dilihat dari sudut pandang user karena saya juga punya peran sabagai pengamat dari Kwartir daerah, aktivitas digital PR melalui website ini sudah sangat oke apalagi dari segi naratifnya, banyak sekali konten-konten yang disajikan bukan hanya release saja atau news saja, tetapi ada artikel juga.”

Berdasarkan penjelasan kak Choiri Aktivitas Digital Public Relations melalui website Pramuka.Id dari segi naratif sudah terlihat baik dalam konteks Gerakan Pramuka maupun masyarakat, tentu saja hal ini bukan hanya Pusat Informasi Kwartir Nasional saja yang mengerjakan tetapi hasil dari anggota Pramuka di seluruh Indonesia yang membantu dalam menciptakan citra positif Gerakan Pramuka, hal ini sudah masuk dari pola digital public relationsi. Website Pramuka.Id menyediakan beragam informasi yang bisa user baca tidak hanya kegiatan Gugus Depan, Pelantikan Kwartir Daerah, Pertemuanpertemuan, Kegiatan Nasional.

Berdasarkan hasil temuan dari tulisan-tulisan yang dikirimkan oleh para anggota pramuka akan di sajikan kedalam empat rubik yang berisikan berbagai macam kategori informasi di laman web Pramuka.Id. jika dilihat pada tampilan website Pramuka.Id, mengambil unsur bulletin Kwartir Nasional Tahun 2012 “Warta Pramuka” rubik pada web ini mengunggah berbagai jenis informasi mulai dari release, berita, artikel, opini, dan lain sebagainya, warta Pramuka menjadi rubik yang mengakomodir Kepramukaan Indonesia. Berdasarkan pengamatan melalui *website Pramuka.Id* Kak Choiri Setiawan selaku staf bagian IT, menyatakan bahwa:

“iya jadi kita punya rubik namanya Opini, di rubik ini ada banyak sekali isinya ada Artikel. Opini sudah pasti, Feature, Profil entah itu bapak Lord Baden Powel, Bapak Pramuka Indonesia, dan lain sebagainya. Ini yang menjadi tugas dari Pusinfo Kwarnas terkait digital PR yaitu menyaring, mengolah, dan mendistribusikan hasil tulisan dari luar karena kita memang 72 menerima tulisan anggota Pramuka dan Masyarakat. dipilih-dipilih mana yang baik karena kalo asal salah pilih bisa jadi ini masuk kedalam ujaran kebencian atau berita Hoaks.”

Hal ini dilakukan sebagai bentuk konsisten Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam mengisi rubik Warta Pramuka yang masuk daftar rubik paling dicari oleh para pembaca. Selain itu, konten pada rubik Warta Video berisikan sebuah konten hasil streaming setelah acara berlangsung, anggota yang bisa menonton siaran langsung dari youtube dengan mengakses melalui web dan akan tersambung langsung ke laman youtube, selain itu Warta Video ini menjadi penyimpanan data base kedua untuk video setelah pusat databasenya disimpan pada kaset atau penyimpanan besar lainnya, akan tetapi sangat disayangkan karena jarang sekali mengunggah informasi berbentuk foto dan video, jika dihitung menggunakan jari hanya ada satu dan dua postingan setiap bulananya. Rubik Opini merupakan salah satu rubik yang mewadahi publik untuk ikut memberikan opini terhadap perkembangan dari Gerakan Pramuka. Tim Pusat Informasi Kwartir Nasional memberikan kesempatan bagi siapapun untuk memberikan informasi terkait sudut pandang terhadap isu-isu Pramuka yang mengarah pada intensitas, stabilitas, dan dukungan.

Website yang diolah oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional dibentuk sepenuhnya untuk bertanggung jawab dan penyebaran informasi melalui website Pramuka.Id, sebagaimana tujuan awal dibentuknya memiliki tugas sebagai penyambung lidah, pelayanan informasi, dan komunikasi dengan 66 masyarakat. seperti yang dijelaskan oleh Kak Guritno bahwa tahapan pembuatan content pada website Pramuka.Id diawali dengan mengolah atau memproses sebuah tulisan dan informasi, yakni:

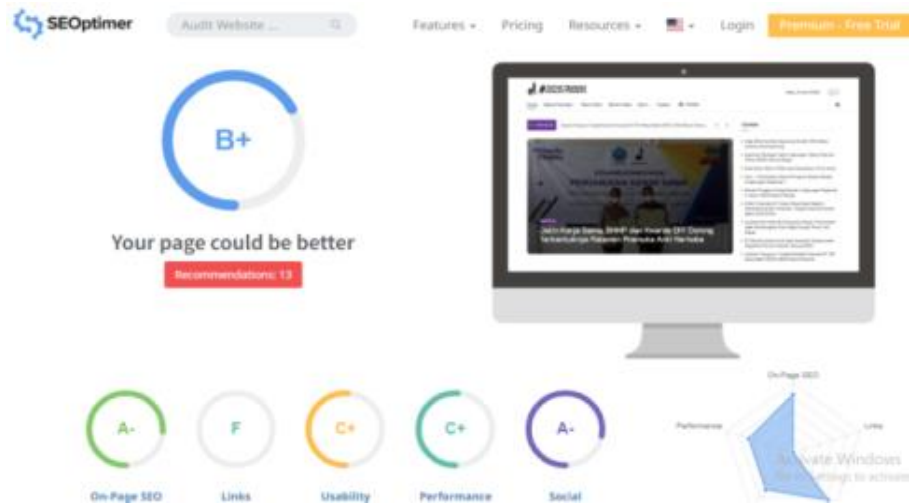
“Iya, jadi kita juga membebaskan siapapun untuk mengirimkan hasil wartanya untuk di publikasikan di website, biasanya kita check-recheck dulu ni email yang masuk atau whatsapp yang masuk. Kalo sudah kita lihat lagi apakah langsung layak cetak atau

perlu diediting dulu jika sudah layak kita bisa langsung publikasikan.”””

Berdasarkan hasil temuan website Pramuka.Id memang dibuat oleh Kwartir Nasional untuk diolah oleh Pusat Informasi, akan tetapi menjadi wadah bagi anggota dan masyarakat umum yang mempunyai ketertarikan dan keahlian dalam bidang penulisan, dalam proses menyeleksi hasil tulisannya tim Pusat Informasi Kwartir Nasional masih menggunakan cara manual, karena belum memiliki sistem pelayanan dan penyaringan informasi secara otomatis, tim masih menyaring informasi yang masuk dengan cara melihat dan membaca satu persatu, hal inilah yang masih menjadi kendala, tetapi Pusat Informasi akan terus berinovasi menyediakan layanan dan fasilitas yang akan mempermudah kinerja tim dan publik.

Sistem Komputasi Pada *Website Pramuka.Id*

Computing atau komputasi yang diambil untuk mengelola website Pramuka. Neumann (1957) menjelaskan bahwa konsep komputasi modern merupakan sistem menerima dan menyimpan sebuah memori. Programming yang dilakukan pada aplikasi CMS ini dikelola oleh tiga unsur seperti admin, editor, dan kontributor, hal ini saling terhubung dengan proses section dan category dimana ketiga unsur tersebut dapat memilih konten yang dibuat masuk kedalam rubik dan sub rubik yang mana. Kategori inilah yang jika dilihat pada laman web berbentuk rubik yang ada pada sudut atas tampilan, jika di klik pada bagian rubik akan muncul bagian sub bab, hal ini untuk mempermudah pembaca dan mencari informasi dengan cepat. Berdasarkan hasil temuan yang diakses pada tanggal 1 Januari- 8 Juni 2022 dilihat bahwa pada mesin pencarian google Warta Pramuka atau website Pramuka.



Gambar 3. SEO Website Pramuka.Id

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan melalui aplikasi SEOptimer Kak Guritno selaku Ketua Pusat Informasi Kwartir Nasional menyampaikan bahwa:

“Sistem yang kita gunakan selain CMS kita juga pakai SEO yang dikelola dengan prinsip algoritma dasar dari Google, umumnya lebih banyak konsep penggunaan kata kunci utama, misalnya Pramuka, Gerakan Pramuka, atau hal-hal terkait informasi yang disebar. Selain itu menggunakan kata kunci khusus yang kami masukkan dalam satu bagian meta post atau keterangan identitas publikasi secara umum.”

Algoritma yang digunakan oleh tim Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan konsep penggunaan kata kunci utama, misalnya menggunakan hastag #Pramuka, #GerakanPramuka, atau hal-hal terkait dengan informasi yang akan diunggah. SEO yang digunakan pada website Pramuka. Id terlihat bagus dalam halaman yang sebagian besar mengoptimalkan kinerja SEO-On Page yang penting untuk memastikan mesin pencarian dapat memahami konten yang diunggah Pusat Informasi Kwartir Nasional dengan tepat membantu menentukan peringkat kata kunci yang relevan dengan konten.

Website Pramuka.Id dapat masuk peringkat keatas dengan

menyediakan informasi yang lengkap dan banyak dibutuhkan oleh para user, hasilkan top of mind awarness audiens pun semakin terbentuk. Pusat Informasi menggunakan Seo On Page pada website Pramuka.Id dengan tujuan mengoptimalkan 80 konten hingga mudah ditemukan target pasar, dengan memaksimalkan permalink, judul konte, struktur konten, gambar konten, sebaran keyword, kualitas konten, internal link, dan elemen SEO. Hal ini dibenarkan oleh Kak Choiri, dengan menyebutkan:

“Semakin mudah konten website ditemukan di Google, semakin besar peluangnya untuk menarik traffic agar muncul berulang kali ketika audiens memasukan berbagai keyword, membuat pengunjung baru ikut berkunjung ke website Pramuka.Id. Dengan begitu, masyarakat umum yang belum pernah mengetahui bagaimana Pramuka sesungguhnya, dapat mengetahui dan tidak akan lupa mengenai konten yang selalu muncul pada hasil pencarian dengan berbagai kata kunci berbeda.” (Rabu, 18 Mei 2022 Pukul 20.55)

Berdasarkan hasil penjelasan Sebuah Konten semakin mudah ditemukan jika keyword yang digunakan sesuai dengan informasi yang akan dipublish. Indikator SEO sangat penting, karena menjadi pertimbangan Googe dalam menilai kredibilitas website, ketika web Pramuka.Id dijadikan refrenshi oleh website lain artinya konten yang dibuat pada web ini sangat bermanfaat. Namun, tidak bisa asal mendapatkan backlink dari sembarang website atau blog, Pusat Informasi Kwartir Nasional perlu memilih backlink dari situs yang berkualitas dengan melihat skor DA dan PA-nya yang semakin tinggi untuk halaman website muncul diranking teratas juga meningkat

Proses Komunikasi Kepada Pramuka Indonesia

Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan model komunikasi Daring yaitu Komunikasi Sinkron dan Asinkron Chat, jenis komunikasi sinkro chat bisa dibilang menjadi cara berkomunikasi yang umum dilakukan oleh masyarakat. model komunikasi ini berbentuk tulisan yang dikirimkan ke lawan bicara menggunakan platfrom Whastapp, Whatsapp Group, dan kolom komentar. Sedangkan Asinkron dimana komunikasi daring tak serempak yang menggunakan perangkat komputer dan dilakukan secara tunda seperti menggunakan email, forum, rekaman simulasi virtual, membaca dan menulis files daring melalui website.

Interactive disini bukan hanya menjawab apa yang dibutuhkan oleh audiens saja tetapi membuat suatu sistem pendukung berupa audio ketika pengunjung mengklik suatu artikel atau berita. Inovasi ini sudah banyak dilakukan pada website penyedia layanan informasi komersil, dengan adanya penambahan audio dapat membantu kakak-kakak berkebutuhan khusus untuk dapat mengakses website Pramuka.Id. Hal ini, sangat membantu anak-anak distabilitas agar dapat mengakses website Pramuka.Id. Hal ini disampaikan oleh kak Choiri, sebagai berikut:

“Kita memang harus interaktif dalam segi konten karena menjadi salah satu komunikasi dengan pembaca website, akan tetapi enggak harus berupa apa yang dibutuhkan, tetapi dengan menambahkan audio untuk membantu teman-teman distabilitas untuk ikut menikmati informasi pada website Pramuka.Id”

Hal ini menjadi solusi baru untuk Pusat Informasi dalam berinovasi melalui website. Selain itu, aktivitas komunikasi yang berjalan aktif dan saling memberi umpan balik antara komunikator dengan komunikan harus berjalan dengan baik, seperti saling membalas komentar pada bawah artikel, sebelumnya model komunikasi Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan whatsapp , Direct Message Instagram, dan Email. Hal ini menjadi solusi baru untuk Pusat Informasi dalam berinovasi melalui website. Selain itu, aktivitas komunikasi yang berjalan aktif dan saling memberi umpan balik antara komunikator dengan komunikan harus berjalan dengan baik, seperti saling membalas komentar pada bawah artikel, sebelumnya model komunikasi Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan whatsapp , Direct Message Instagram, dan Email. Hal ini dibenarkan oleh Kak Guritno, yaitu:

“Dulu kami berinteraksi dengan para anggota Pramuka yang sudah membaca atau berkunjung ke website kami biasanya menggunakan email, 83 DM Instagram, atau Whatsapp, tapi kami rasa kita perlu ada efektif jadi kami tambahkan kolom komentar baru-baru ini, jadi siapa saja bisa memberikan komentar, tapi kami batasi, maksudnya disini kami batasi dengan menyaring bahasa-bahasa yang sopan dan baik, ya jangan sampai ruang komentar ini menjadi ruang untuk menyebarkan kebencian, tapi karena baru ya jadi ya belum optimal juga, kami masih terus mensosialisasikan kepada Anggota Pramuka dan Kwartir Daerah.”

The image shows a web form for leaving a comment. At the top, there are navigation links: Home, Warta Pramuka, Warta Foto, Warta Video, Opini, Tautan, and RADIO. The form title is 'Tinggalkan Balasan'. Below the title, there is a note: 'Alamat email Anda tidak akan dipublikasikan. Plus yang wajib ditandai *'. The form contains a large text area for the comment, followed by input fields for 'Nama *', 'Email *', and 'Situs Web'. There is a checkbox with the text 'Dengan nama, email, dan situs web saya pada paragraf ini untuk komentar saya berikutnya.' Below this is a CAPTCHA section with the text 'Please enter an answer in digits.' and a '0 + 0 =' prompt. A purple button labeled 'KIRIM KOMENTAR' is at the bottom left. In the bottom right corner, there is a small text: 'Activate Windows Go to Settings to activate Windows.'

Gambar 4. Kolom Komentar

Hal ini bisa digunakan sebagai media membangun kepercayaan publik terhadap Gerakan Pramuka. Cara inilah yang menjadi lebih mudah untuk mempelajari minat pembaca sehingga membantu menentukan konten-konten informatif terkini dan teraktual. Tim Pusat Informasi juga membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan Pusat Informasi Daerah dan Cabang melalui whatsapp group, Pola komunikasi inilah yang diciptakan Pusat Informasi Kwartir Nasional sejak lama untuk merangkul Kwartir Daerah dan cabang supaya bergerak bersama-sama.

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pusat Informasi Kwartir Nasional melakukan aktivitas digital public relations melalui website Pramuka.Id dengan konsep 3C (content, computing, dan communication) oleh Jenkins, Content Plan yang digunakan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan berbagai macam proses mulai dari pembuatan tabel konten, menyeleksi informasi yang masuk, dan tahap penyuntingan. Semua proses ini dilakukan oleh tim Pusat Informasi Kwartir Nasional secara manual satu persatu. Sistem Komputasi tim Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam pengoperasian web development dari segi frontend dan backend, menggunakan dua sistem pada pengelolaan management system konten yaitu, CMS dan SEO hal ini sangat membantu tim dalam mendesain dan mengolah suatu website yang akan disajikan kepada publik. Proses Komunikasi yang dilakukan tim Pusat Informasi Kwartir Nasional menggunakan model komunikasi Daring

Sinkron yaitu Whatsapp Group, Whatsapp chatting, dan menggunakan model komunikasi Asinkron yaitu, email, forum diskusi, rekaman simulasi virtual, dan menulis files daring melalui web pramuka.id.

Saran untuk Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam pelaksanaan aktivitas digital *public relations* melalui *weebbsite* Pramuka.Id, adapun banyak kekurangan dalam penelitian ini namun terdapat pula harapan peneliti untuk senantiasa memberikan manfaat bagi lembaga terkait penelitian selanjutnya. Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam aspek menyeleksi informasi melalui email untuk menggunakan sistem pengoperasian otomatis sesuai dengan standar operasional yang ditentukan oleh Pusat Informasi. Karena hal ini sangat berpengaruh dalam kinerja tim dan akan sangat efektif untuk konten lebih update dalam jam tayang. Pusat Informasi Kwartir Nasional dalam sistem komputasi bisa ditambahkan fitur audio untuk konten berita, dimana dapat mempermudah teman distabilitas dalam menikmati berita-berita dan informasi yang disediakan pada *weebbsite* Pramuka.Id. Pusat Informasi Kwartir Nasional untuk fitur komentar agar lebih disederhanakan lagi, agar anggota lebih mudah dalam mengoperasikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, N.A. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Lesfi
- Destiyana. (2021). *Cara Menulis Artikel SEO Friendly Untuk Website dan Blog*. Jakarta: PT Gramedia.
- Duhe, S.C. (2007). *New Media and Public Relations*. New York: United States Of America
- Dyah R. S., Nurul Hanifa, Yusuf Z.A., (2021). *Pengelolaan Digital Public Relations Melalui Media Internal Kontak PT KAI*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Humas*
- Elitear., Humaizi., dan Dayana., (2017). *Kegiatan Humas Melalui Website Terhadap Citra Pemerintahan Kabupaten Aceh Barat* *Jurnal Ilmiah Kajian Politik dan Pembangunan*
- Eneste. (2005). *Buku Panduan Menyunting Naskah*. Jakarta: PT.

Gramedia.

- Hastariah, C. (2014). *Media Baru Teori & Aplikasi*. Salatiga: Satya Wacana University Press
- Hobbs, Renee. (2010). *Digital and Media Literacy A Plan Of Action*. Washington, D.C: Aspen Institute
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media Pembaruan Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalistik*
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. Inggris: NYU Press
- Knowles, M. (2019). *Public Relations and Media: PR Strategies For The Digital Age*. London: Music World Publishing, LLC
- Mboeik, C. (2020). *Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif PT. PLN (Persero) UIW*. *Jurnal Politikom*.
- N, Hanifah., YZ, Abidin., DR, Astuti. (2021) *Pengelolaan Digital Public Relations Melalui Media Internal Kontak PT KAI* *Jurnal Hubungan Masyarakat*.
- Nicholson. (2016). *The Ultimate Guide to Content Marketing and Digital PR*. Inggris: Createspace Independent PUB.
- Nita, K. (2017). *Viral : Gebrakan Kekinian Public Relations di Era Digital*. Jakarta: Gramedia.
- Nugky, Alfelia. (2021). *Digital Public Relations: Trend and Required Skills* *Jurnal ASPIKOM*.
- Nurhayati. (2007). *English For Digital Public Relations Purposes*. Seleman: Deepublish.
- Phillips, David. (2001). *Online Public Relations*. London: Kogan Page
- Rasyid, A. (2011) *Dasar – Dasar Public Relations*. Pekanbaru: Pusbandik UR.
- Rinaldi, R. (2019). *Aktivitas Digital Public Relations Humas Kota Bandung Sebagai Media Informasi dan Publikasi* *Jurnal Komunikasi*.
- Robert, K, Logan. (2010). *Understanding New Media Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang.
- Romli, M. (2020). *Humas Online Panduan Praktisi Cyber PR*. Bandung: Lekkas
- Sezgin, M. C., Ali B. (2019) *Website Usage In Digital Public Relations* *International Journal Of eBussinness and eGovernment*.
- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*.

Bandung: Alfabeta

UU No.1 Tahun 2021 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pusat Informasi.

UU No. 12 Tahun 2012 Tentang Gerakan Pramuka.

Whatmough, D. (2019). *Digital PR*. North America: Emerald Publishing

Yuhefizar. (2009). *Website Interaktif MCMS Joomla (CMS)*. Jakarta: Elex
Media Komputindo, Jakarta

Revina Damayanti, Dyah Rahmi Astuti, Ahmad Sarbini