

**STRATEGI PENGELOLAAN *WEBSITE* SEBAGAI
MEDIA PR 2.0 DI RACING4.NET**

TUGAS AKHIR

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie



**DEMAS AGIL
1111003085**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2016**

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Demas Agil

NIM : 1111003085

Tanda Tangan :



Tanggal : 13 September 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Demas Agil
NIM : 1111003085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultasi : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN *WEBSITE* SEBAGAI
MEDIA PR 2.0 DI RACING4.NET

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji 1 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si.

Penguji 2 : Aryo Subarkah, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 September 2016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pengelolaan *Website* sebagai Media PR 2.0 di Racing4.Net”.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk moral dan materil. Semangat dan kasih sayang yang diberikan orang tua serta keluarga penulis menjadi motivasi yang tinggi dalam setiap langkah menyusun Tugas Akhir ini. terselesaikannya Tugas Akhir ini, tidak terlepas dari kontribusi dan partisipasi pihak-pihak lain yang mendukung segala keperluan penulisan. Penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu, diantaranya:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang tidak pernah henti memberikan dukungan, do’a dan bantuan, baik secara moril maupun materil.
2. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan, pengarahan, dan motivasi kepada penulis.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
4. Seluruh staff pengajar dan administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial atas bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan magang ini.
5. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2011 yang selama ini bersama-sama menjalani empat tahun dunia kuliah dari OSPEK, organisasi, magang, sampai penyusunan skripsi.
6. Berbagai pihak yang tentunya tak dapat disebutkan satu persatu disini, yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Allah memberikan balasan yang setimpal atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulisan Tugas Akhir ini tentu saja tidak terlepas dari kesalahan, Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 13 September 2016



Demas Agil

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Demas Agil
NIM : 1111003085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI PENGELOLAAN *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PR 2.0 DI RACING4.NET”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 September 2016

Yang menyatakan



(Demas Agil)

STRATEGI PENGELOLAAN *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PR 2.0 DI RACING4.NET

Demas Agil
1111003085

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan jaringan informasi, komunikasi dan teknologi yang dapat menunjang kinerja *Public Relations*. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis bagaimana strategi pengelolaan *website* sebagai media PR 2.0 di Racing4.net. Racing4.net adalah media *online* informatif untuk segmen dunia *motorsport* roda empat nasional. Sesuai yang dikatakan oleh David Phillips dan Philip Young (2009) strategi pengelolaan *website* oleh PR 2.0 memiliki efek positif dalam menyukseskan *website* perusahaan. Adapun strategi pengelolaan *website* yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi *transparency*, *internet porosity*, *internet agency*, *richness of information*, and *reach*. Kemudian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana penulis melakukan wawancara mendalam dan observasi untuk mendapatkan sumber data. Analisis observasi dalam penelitian ini menggunakan beberapa *software open source* seperti Metricspot.com, toffedev.com, Webseoanalytics.com, Cpanel.awstat.com dan Statshow.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan *website* sebagai media PR 2.0 di Racing4.net juga berjalan cukup baik dan berperan penting terhadap efektivitas performa *website* Racing4.net, khususnya dalam membangun keterbukaan komunikasi, informasi, mengoptimalkan sistem kontrol, menciptakan *insight*, konten berkualitas, serta meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan para pengunjung.

Kata kunci: Pengelolaan *Website*, Media PR 2.0, Kerangka Berfikir Phillips dan Young, Racing4.net, Analisis Web

**WEBSITE MANAGEMENT STRATEGY AS MEDIA PR 2.0 AT
RACING4.NET**

Demas Agil
1111003085

ABSTRACT

This research was background by the development of information networks, communications and technologies that can support the performance of Public Relations. This research aims to analyze the role of website management strategy as media PR 2.0 at Racing4.net. Racing4.net is an informative online media segment for four-wheel motorsport world national According to David Phillips and Philip Young (2009) strategy of managing a website by the PR 2.0 has a positive effect on the success of the company's website. Website management strategies in this research include transparency, internet porosity, internet agency, richness of information, and reach. And then, this research uses descriptive qualitative methods, which the writer undergoes in depth interview and observation to gain data for this research. Analysis of observation in this research used some of software open source such as Metricspot.com, toffedev.com, Webseoanalytics.com, Cpanel.awstat.com and Statshow.com. The research result shows that website management strategies as media PR 2.0 at Racing4.net ran good enough and vital to the effectiveness of the performance of the website Racing4.net, particularly in establishing open communication, information, optimize control systems, creating insight, quality content, as well as increasing the interest and involvement of the visitors.

Keyword: *Website Management, Media PR 2.0, Frameworks of Phillips and Young, Racing4.net, Web Analysis*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	13
2.2.1. <i>Public Relations</i>	13
2.2.2. <i>Public Relations 2.0</i>	13
2.2.3 <i>Media Online</i>	18
2.2.4 <i>Website</i>	21
2.2.5 Pengelolaan <i>Website</i> ala PR 2.0.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian	35
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Data Primer	36
3.3.2 Data Sekunder	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	38
3.5 Teknik Analisis Data	39

3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	41
3.7 Keterbatasan Penelitian	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Racing 4 Autonews	44
4.1.2 Visi, dan Misi Racing 4 Autonews	48
4.1.3 Struktur Organisas Racing 4 Autonews	49
4.2 Hasil Data dan Temuan	51
4.2.1 Perencanaan	52
4.2.2 Implementasi	54
4.2.3 Evaluasi	70
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Analisis Strategi Pengelolaan <i>Transparency Website</i> Racing4.net	73
4.3.2 Analisis Strategi Pengelolaan <i>Internet porosity</i> Racing4.net ...	76
4.3.3 Analisis Strategi Pengelolaan <i>Internet Agency</i> Racing4.net.....	77
4.3.4 Analisis Strategi Pengelolaan <i>Richness of Information</i> Racing4.net	78
4.3.5 Analisis Strategi Pengelolaan <i>Reach</i> Racing4.net	79

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA	89
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	94
-------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Rujukan Penelitian-penelitian Sebelumnya	11
Tabel 2.2	Indikator Pengukuran Kampanye Melalui Media Sosial	32
Tabel 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	33
Tebel 3.1	Daftar Informan Wawancara Penelitian	38
Tabel 3.2	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	38
Tabel 4.1	Analisis <i>Website</i> Racing4.net Menggunakan Indikator Pengelolaan Media Sosial Sweeney dan Craig (2011)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	10 Besar Pengguna Internet di Asia	1
Gambar 1.2	Pengguna Internet Tahun 2013 ke 2015	2
Gambar 1.3	10 Besar Peringkat Situs di Indonesia	3
Gambar 4.1	Tampilan <i>Website</i> Racing4.net	46
Gambar 4.2	Result Lomba GT Radial INCS 2015	48
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Racing4.net	49
Gambar 4.4	Tampilan Menu Tentang Racing4.net	55
Gambar 4.6	Isi <i>Privacy Policy</i> Racing4.net	56
Gambar 4.7	Tampilan <i>Contact Form</i> Racing4.net	57
Gambar 4.8	Tampilan <i>Comment Form</i> Racing4.net	57
Gambar 4.9	Tampilan Berita Racing4.net	58
Gambar 4.10	<i>Technical Aspect Website</i> Racing4.net.....	60
Gambar 4.11	Tampilan Tag Pesan Raacing4.net	62
Gambar 4.12	<i>Result Keyword Analysis</i> Racing4.net.....	63
Gambar 4.13	<i>Website Review about</i> Racing4.net	64
Gambar 4.14	<i>Detail Content Analysis</i> Racing4.net	65
Gambar 4.15	<i>Activity Engagement of People</i> Racing4.net	66
Gambar 4.16	<i>Result about SEO</i> Racing4.net	68
Gambar 4.17	<i>Result about SEO Global Rangkaing</i> Racing4.net	68
Gambar 4.18	<i>Result about Sosial Media</i> Racing4.net	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Dengan Edwyn Tedja	94
Lampiran 2 Wawancara Dengan Camellia Saltuheru	96
Lampiran 3 Wawancara Dengan Ryan Kristomuljono	99