

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP CITRA (Studi Kuantitatif Kualitas Website Pemerintah Kota Yogyakarta Terhadap Citra Pemerintah Kota Yogyakarta)

Dyva Yulisda br Purba

MC Ninik Sri Rejeki

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Jl. Babarsari No 6 Yogyakarta 55281
Email : dyvayulisda@yahoo.com

ABSTRAK

Internet merupakan media yang saat ini telah dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas tidak terkecuali organisasi, perusahaan dan atau kelompok-kelompok lainnya. Salah satu jenis *internet* yang saat ini digunakan oleh hampir seluruh organisasi maupun perusahaan, yaitu *website*. Melalui *website* ini organisasi dapat membentuk dan menciptakan citra di mata para publiknya. Citra merupakan hal penting bagi keberlangsungan hidup sebuah organisasi. Penelitian ini ditujukan untuk mencari pengaruh antara kualitas *website* terhadap citra sebuah organisasi. Penelitian dilakukan terhadap *website* Pemerintah Kota Yogyakarta sehingga yang menjadi responden atas penelitian ini adalah para pengakses *website* Pemerintah Kota Yogyakarta dengan alamat jogjakota.go.id. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat bantu kepada responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media komunikasi, yaitu *website* mempengaruhi citra organisasi berdasarkan kegunaan *website*, informasi yang ada di *website*, serta desain yang digunakan *website*.

Keyword : *organisasi, media komunikasi, citra, website*

PENDAHULUAN

Setiap organisasi tentunya ingin agar keberadaan mereka dapat diterima dan didukung oleh lingkungan mereka. Lingkungan organisasi dalam hal ini merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau publik dari organisasi itu sendiri. Oleh sebab itu, organisasi membutuhkan sesuatu yang dapat menjadi penunjang untuk memudahkan publik dalam memberikan dukungan serta melakukan penerimaan terhadap organisasi. Hal yang dapat menjadi penunjang

tersebut adalah citra atau *image*. Citra merupakan cara pandang pihak lain terhadap segala kegiatan, perencanaan serta aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi. Frank Jefkins mengatakan citra adalah kesan yang muncul sebagai hasil dari pengalaman dan perasaan yang dialami atau dirasakan oleh seseorang (Ardianto, 2011:62). Dengan adanya citra, publik dapat dengan lebih mudah memberi penilaian atas sebuah organisasi. Keberadaan citra ini juga mampu mendukung eksistensi sebuah organisasi.

Ada banyak jenis pesan atau informasi yang disampaikan baik oleh organisasi maupun publik maka, penyampaiannya membutuhkan saluran yang cukup memadai, baik dalam hal waktu, publik sasaran serta aktivitasnya. Internet memiliki kekuatan untuk mengirim pesan dalam waktu yang cepat kepada publik yang jumlahnya tidak sedikit, serta dapat diakses setiap hari dan setiap saat sehingga menjadikan internet memegang peran yang sangat penting dalam komunikasi yang dilakukan setiap orang termasuk *Public relations*, terutama dalam menjalin komunikasi interaktif (Cutlip, Center, Broom, 2007:289). Media yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif adalah *website*, *email*, *blog*, dan *social media*. Dengan internet, organisasi bisa memanfaatkan berbagai media tersebut sebagai sarana berkomunikasi dengan para publiknya.

Salah satu contoh organisasi yang menggunakan *website* sebagai salah satu media komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* adalah Pemerintah Kota Yogyakarta. Sebagai sebuah organisasi pemerintahan, selayaknya pemerintah Kota Yogyakarta menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sebagai salah satu publiknya dan juga pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Oleh

karena itu, pemerintah Kota Yogyakarta memiliki *website* organisasi yang terbuka untuk publik internal maupun eksternal dengan alamat jogjakota.go.id. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas *website* terhadap citra Pemerintah Kota Yogyakarta.

KERANGKA TEORI

1. Komunikasi

Komunikasi sebagai tindakan pertukaran pesan, lebih berfokus pada penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumetal dan persuasif. Pernyataan ini sesuai dengan definisi komunikasi yang disampaikan oleh Harold Lasswell, yang menjelaskan komunikasi dengan beberapa unsur utama, yaitu: sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan zaman, maka media yang digunakan dalam menyampaikan pesan pun turut berkembang. Saat ini, muncul media baru yang menggeser posisi media-media konvensional tersebut di dalam proses komunikasi. Istilah media baru digunakan untuk menyebutkan media digital yang disebut internet.

New media terdiri dari beberapa kategori yaitu, *social media*, *blog*, *website*, dan *instant messaging*. Salah satu inovasi terbesar yang turut muncul seiring dengan perkembangan internet adalah ditemukannya *World Wide Web* atau WWW yang biasa disebut dengan *Website* atau disingkat *Web*. *Website* merupakan aplikasi internet yang dipilih banyak orang untuk mengakses informasi

secara *online*. (Jones, 2003:250). Menurut Barnes & Vidgen (2002:115), untuk mengetahui kualitas sebuah *website* secara keseluruhan, ada tiga dimensi yang harus diteliti, yaitu: *Usability quality*, *Web information quality*, dan *Site design quality*.

2. Citra

Citra merupakan persepsi yang muncul terhadap seseorang atau kelompok atau organisasi. Citra menjadi cara orang-orang memberi penilaian terhadap orang lain atau organisasi atas penampilan mereka atau apa yang mereka lakukan. Persepsi merupakan proses penafsiran atau menduga dan menyimpulkan suatu objek, peristiwa atau hubungan sehingga diperoleh suatu pemaknaan atau pemahaman akan hal-hal tersebut (Rakhmat, 1998:51). Citra yang hendak dicapai oleh suatu organisasi atau organisasi, tidak terlepas dari bentuk kualitas dari jasa pelayanan yang telah diberikan, nilai kepercayaan dari publik, dan *goodwill* yang ditampilkan oleh organisasi atau organisasi tersebut (Ruslan, 2005:64).

METODE

Penelitian ini menggunakan model penelitian dasar atau *basic research*, yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan mencari pembenaran terhadap hipotesis yang diajukan terkait dengan sebuah organisasi. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah survei, yang menggunakan kuesioner sebagai alat ukurnya. Lokasi penelitian adalah Kota Yogyakarta, dengan populasi sebagai berikut:

$$N = \left(\frac{27.155.166}{2014 - 2002} \right) : 12 = \left(\frac{27.155.166}{12} \right) : 12 = 2.262.930,5 : 12$$

$$= 188.577,54 \quad N = 188.578$$

Total keseluruhan pengunjung *website* Pemerintah Kota Yogyakarta sejak tahun 2002 hingga tanggal 1 September 2014 adalah 27.155.166 pengunjung. Dari total populasi ini dapat ditarik sejumlah sampel yang mampu merepresentasikan populasi seperti penghitungan di atas. Sehingga diperoleh sampel:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} = \frac{188.578}{(188.578)(0.10^2) + 1} = \frac{188.578}{1886,78} = 99,945 = 100$$

dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d : jumlah presisi 10% = 0.10

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dalam mengumpulkan hasil penelitian yang disebar kepada responden sejumlah sampel. Kuesioner menggunakan skala likert dengan lima pilihan, Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju dengan masing-masing nilai 5 – 1.

TABEL 1
UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS WEBSITE

Item Pertanyaan	Corected Item Total Correlation	Kesimpulan
Kualitas 1	0,602	Valid
Kualitas 2	0,658	Valid
Kualitas 3	0,561	Valid
Kualitas 4	0,620	Valid
Kualitas 5	0,654	Valid

Kualitas 6	0,686	Valid
Kualitas 7	0,627	Valid
Kualitas 8	0,673	Valid
Kualitas 9	0,504	Valid
Kualitas 10	0,632	Valid
Kualitas 11	0,672	Valid
Kualitas 12	0,568	Valid
Kualitas 13	0,402	Valid
Kualitas 14	0,393	Valid
Kualitas 15	0,609	Valid
Kualitas 16	0,607	Valid

Sumber: Lampiran, Diolah 2014

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan mengenai kualitas *website* setelah dilakukan uji validitas, dinyatakan valid dengan nilai < 0,05. Sehingga semua pernyataan layak untuk diajukan kepada responden.

TABEL 2
Uji Validitas Citra Organisasi

Item Pertanyaan	Corected Item Total Correlation	Kesimpulan
Citra 1	0,742	Valid
Citra 2	0,823	Valid
Citra 3	0,821	Valid
Citra 4	0,807	Valid
Citra 5	0,880	Valid
Citra 6	0,822	Valid
Citra 7	0,864	Valid

Sumber: Lampiran, Diolah 2014

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan mengenai citra organisasi setelah dilakukan uji validitas, dinyatakan valid. Sehingga semua pernyataan layak untuk diajukan kepada responden untuk menilai citra Pemerintah Kota Yogyakarta. Hal ini semakin didukung dengan hasil uji reliabilitas terhadap instrumen sebagai berikut:

TABEL 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Website	0,905	Reliabel
Citra Organisasi	0,947	Reliabel

Sumber: Lampiran, Diolah 2014

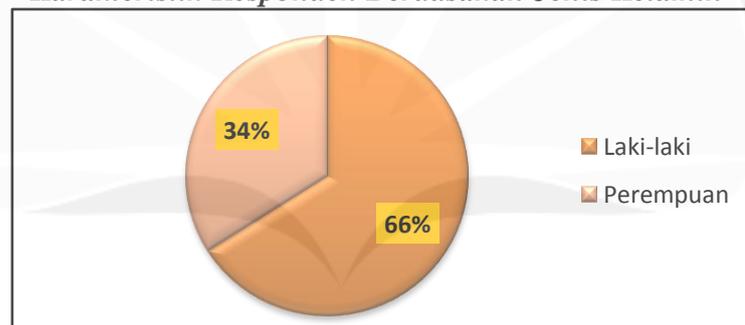
Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kedua alat ukur untuk mengukur masing-masing variabel bernilai di atas 0,6 yang artinya reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

GRAFIK 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

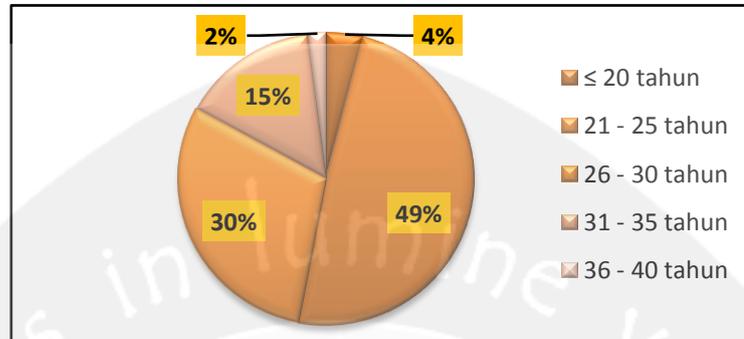


Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Grafik di atas merupakan hasil atas pengolahan data terhadap karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Grafik 1 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 66%.

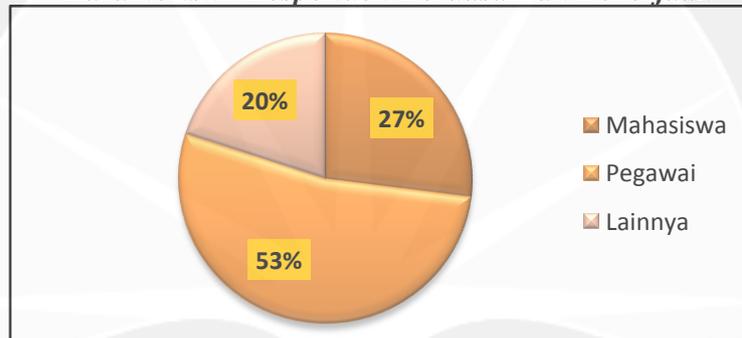
Grafik 2 di bawah, menunjukkan bahwa usia 21-25 tahun merupakan usia yang didominasi oleh para responden dalam penelitian ini.

GRAFIK 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer Diolah, 2014

GRAFIK 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan para responden dalam penelitian ini didominasi oleh pegawai baik pegawai negeri maupun swasta dengan jumlah total 53%.

TABEL 4
Frekuensi Skor Variabel Kualitas Website (n = 100)
Kualitas Website

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 45,00	1	1,0	1,0	1,0
49,00	2	2,0	2,0	3,0
50,00	1	1,0	1,0	4,0
51,00	4	4,0	4,0	8,0
53,00	1	1,0	1,0	9,0
54,00	1	1,0	1,0	10,0
56,00	3	3,0	3,0	13,0

57,00	2	2,0	2,0	15,0
58,00	7	7,0	7,0	22,0
59,00	4	4,0	4,0	26,0
60,00	6	6,0	6,0	32,0
61,00	4	4,0	4,0	36,0
62,00	6	6,0	6,0	42,0
63,00	8	8,0	8,0	50,0
64,00	11	11,0	11,0	61,0
65,00	3	3,0	3,0	64,0
66,00	1	1,0	1,0	65,0
67,00	6	6,0	6,0	71,0
68,00	5	5,0	5,0	76,0
69,00	4	4,0	4,0	80,0
70,00	4	4,0	4,0	84,0
71,00	2	2,0	2,0	86,0
72,00	2	2,0	2,0	88,0
73,00	2	2,0	2,0	90,0
74,00	1	1,0	1,0	91,0
75,00	2	2,0	2,0	93,0
76,00	3	3,0	3,0	96,0
78,00	1	1,0	1,0	97,0
79,00	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Variabel kualitas *website* terdiri dari 16 pertanyaan, sehingga diperoleh skor maksimal dari responden adalah $5 \times 16 = 80$ dan skor minimal adalah $1 \times 16 = 16$. Maka dapat disusun interval total skornya sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{80 - 16}{5}$$

$$\text{Interval} = 12,8$$

Berdasarkan interval di atas, maka disusun tabulasi interval untuk skor total kualitas *website* yang diperoleh oleh masing-masing responden, seperti di dalam tabel berikut:

TABEL 5
Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Website (n = 100)

Kategori	Interval	N	%
Sangat Tidak Baik	16 < X ≤ 28,8	0	0%
Tidak Baik	28,8 < X ≤ 41.6	0	0%
Cukup Baik	41.6 < X ≤ 54.4	10	10%
Baik	54.4 < X ≤ 67.2	61	61%
Sangat Baik	67.2 < X ≤ 80	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah 2014

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kualitas *website* sudah baik di mata publik, dengan jumlah total 61%.

TABEL 6
Frekuensi Skor Variabel Citra Organisasi (n = 100)
Citra Organisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15,00	1	1,0	1,0	1,0
18,00	2	2,0	2,0	3,0
20,00	4	4,0	4,0	7,0
21,00	5	5,0	5,0	12,0
22,00	7	7,0	7,0	19,0
23,00	3	3,0	3,0	22,0
24,00	1	1,0	1,0	23,0
25,00	3	3,0	3,0	26,0
26,00	4	4,0	4,0	30,0
Valid 27,00	8	8,0	8,0	38,0
28,00	18	18,0	18,0	56,0
29,00	10	10,0	10,0	66,0
30,00	6	6,0	6,0	72,0
31,00	7	7,0	7,0	79,0
32,00	3	3,0	3,0	82,0
33,00	6	6,0	6,0	88,0
34,00	2	2,0	2,0	90,0
35,00	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{35 - 7}{5}$$

$$\text{Interval} = 5,6$$

Sehingga, tabulasi intervalnya dapat disusun seperti tabel di bawah ini yang dapat ditarik kesimpulan, citra Pemerintah Kota Yogyakarta sudah baik hingga sangat baik menurut para responden dengan total 44% dan nilai sangat baik 34%.

TABEL 7
Analisis Deskriptif Variabel Citra Organisasi (n = 100)

Kategori	Interval	N	%
Sangat Tidak Baik	$7 < X \leq 12,6$	0	0%
Tidak Baik	$12,6 < X \leq 18,2$	3	3%
Cukup Baik	$18,2 < X \leq 23,8$	19	19%
Baik	$23,8 < X \leq 29,4$	44	44%
Sangat Baik	$29,4 < X \leq 35$	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah 2014

Analisis bivariat dalam penelitian ini ditujukan untuk menganalisis hubungan antara variabel kualitas *website* dengan citra Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini digunakan uji bivariat dengan rumus yang dikemukakan oleh Pearson. Uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20 sehingga hasil dari pengujian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL 8
Hubungan Variabel Kualitas Website Dengan Citra Organisasi
Correlations

		Kualitas Website	Citra Organisasi
Kualitas Website	Pearson Correlation	1	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Citra Organisasi	Pearson Correlation	,697**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi antara variabel kualitas *website* dengan citra organisasi sebesar 0,697 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi adalah kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas *website* dengan citra organisasi.

Hubungan yang cukup signifikan ini merupakan hubungan yang bernilai positif. Artinya, semakin baik kualitas *website* Pemerintah Kota Yogyakarta maka semakin baik pula citra Pemerintah Kota Yogyakarta sebagai sebuah organisasi. Dengan kata lain, kegunaan *website*, kualitas informasi yang ada di dalam *website*, dan desain *website* mempengaruhi citra sebuah organisasi dengan cukup signifikan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel saling mempengaruhi satu sama lain walaupun tidak cukup kuat. Hal ini dapat dilihat dari adanya nilai signifikansi yang bermakna antara variabel kualitas *website* dengan variabel citra. Nilai signifikansi antara kedua variabel tersebut adalah 0,697. Nilai ini dapat dikatakan cukup tinggi, jika nilai kesempurnaan dari sebuah korelasi adalah 1.

Citra merupakan tujuan dari sebuah organisasi. Ruslan mengatakan, citra yang baik di hadapan publik secara khusus dan masyarakat secara umum, merupakan pencapaian yang baik bagi sebuah organisasi (2005:74). Citra dari suatu lembaga atau organisasi dan atau bentuk pelayanan jasa lain sebagainya dapat dinilai dari

kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh organisasi, nilai kepercayaan dari publik, serta *goodwill* yang ditampilkan oleh organisasi tersebut (Ruslan, 1998:64). Teori yang disampaikan oleh Ruslan ini dapat dijawab dalam penelitian ini. Citra Pemerintah Kota Yogyakarta yang terbentuk selama ini melalui *website* Pemerintah Kota Yogyakarta, yang sudah beroperasi sejak dua belas tahun yang lalu, sudah baik. Pemerintah Kota Yogyakarta mampu membentuk citra yang baik melalui pelayanan jasa yang disalurkan kepada masyarakat melalui media komunikasi yaitu *internet*, serta niat baik Pemerintah Kota Yogyakarta telah dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, citra organisasi memang dipengaruhi oleh kualitas media komunikasi yang digunakan. Dalam penelitian ini, media komunikasi tersebut adalah *website*. Kualitas *website* yang diukur melalui tiga hal, yaitu *usability quality* atau kegunaan *website*, *information quality* atau kualitas informasi yang ada di dalam *website* serta *design web quality* atau kualitas *design website*, menjadi penilaian yang turut menunjang nilai citra organisasi. Keberadaan *website* ini juga menjadi salah satu cara Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menunjukkan *goodwill* organisasi yang ingin melayani masyarakat.

Kualitas *website* yang mendapat nilai tidak baik ada pada penilaian desain *website*. Dari empat pernyataan terkait dengan kualitas desain *website*, seluruh pernyataan tersebut memperoleh jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, meskipun dalam jumlah yang kecil. Keempat hal tersebut adalah warna *website*, animasi yang digunakan, ketepatan gambar dengan isi serta penataan konten-konten di dalam *website*. Hal ini berarti, kualitas dari desain *website* Pemerintah

Kota Yogyakarta, baik dari pemilihan warna, ketepatan gambar, penggunaan animasi di dalam *website*, serta penataan seluruh konten yang ada di dalam *website* masih perlu diperhatikan dan dievaluasi serta diperbaiki sehingga kualitas *website* dapat semakin meningkat.

Selain itu, dari tujuh pernyataan mengenai citra, enam di antaranya memperoleh jawaban tidak setuju. Artinya, ada masyarakat yang merasa pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui *website*, baik berupa penanganan keluhan dan menjawab pertanyaan, masih kurang cepat dan tepat. Masyarakat masih ada yang merasa kurang cepat dalam menerima jawaban dan kurang memahami jawaban yang diberikan. Dengan kata lain, masih ada masyarakat yang merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui *website*, walaupun secara keseluruhan pelayanan tersebut sudah baik di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Kualitas *website* pemerintah Kota Yogyakarta dinilai sudah baik oleh masyarakat, baik dalam hal kegunaan atau *usability*, informasi atau *information*, dan desain atau *design*. Penilaian citra berdasarkan aspek kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, serta *goodwill* yang disampaikan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta memperoleh nilai yang baik. Kualitas *website* Pemerintah Kota Yogyakarta yang baik, berjalan beriringan dengan citra Pemerintah Kota Yogyakarta di mata publik. Hal ini menjelaskan ada pengaruh antara kualitas *website* dengan citra Pemerintah Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations, Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Barnes, S & Vidgen, R. 2002. An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL. 3, NO. 3: 114-127.
- Cutlip, Center & Broom. 2007. *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media.
- Jones, A. Russell. 2002. *Mastering ASP.NET with VB.NET*. London: Sybex San Francisco.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.