



## Optimalisasi Penggunaan *Website* Sebagai Media Publikasi Laz Attaqwa: Strategi Peningkatan Efektivitas

Muhammad Anton Nugroho<sup>1)</sup>, Ika Barkah<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Institut Attaqwa KH. Noer Alie Bekasi, Indonesia

Email:

[antonngrh@gmail.com](mailto:antonngrh@gmail.com) [ikabarkah@attaqwa.ac.id](mailto:ikabarkah@attaqwa.ac.id)

### Kata Kunci

*Website, Media Publikasi, LAZ ATTAQWA, Public Relations, P.E.N.C.I.L.S*

### ABSTRAK

Pentingnya media *online* dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan keterlibatan komunitas. Publikasi atau penyebaran informasi kini dapat dilakukan oleh siapa pun, kapan saja, dan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Teknologi informasi modern, khususnya internet, memungkinkan penyebaran informasi tanpa batas ruang dan waktu, menjadikan *website* sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi yang efisien dan efektif. LAZ ATTAQWA, sebagai lembaga pengelola zakat, memanfaatkan *website* sebagai media publikasi untuk berbagai programnya dengan tujuan meningkatkan transparansi dan keterlibatan khalayak.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi langsung dan analisis konten pada *website* Lazattaqwa.org berdasarkan teori Bauran Public Relations P.E.N.C.I.L.S *Publications, Events, News, Community Involvement, Identity Media, Lobbying, Social Responsibility*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* LAZ ATTAQWA telah mengoptimalkan beberapa elemen dari teori P.E.N.C.I.L.S seperti publikasi yang informatif dan tanggung jawab sosial yang kuat. LAZ ATTAQWA perlu meningkatkan aspek-aspek tertentu pada *website* sesuai dengan karakteristik dan tujuan *website* untuk mencapai optimalisasi yang lebih baik sebagai media publikasi.

## Pendahuluan

Publikasi atau penyebaran informasi kini bisa dilakukan oleh siapa pun, kapan saja, di mana saja, dan melalui berbagai media. Ketersediaan berbagai media pendukung, baik cetak maupun elektronik, memungkinkan masyarakat untuk lebih kreatif dalam menyebarkan informasi. Di masa lalu, publikasi hanya dilakukan melalui percakapan langsung, papan pengumuman, atau dalam pertemuan khusus. Akibatnya, informasi yang dipublikasikan tidak dapat menyebar secara luas dan lengkap karena keterbatasan ruang dan waktu, sehingga proses publikasi tidak berlangsung dengan efektif dan efisien.

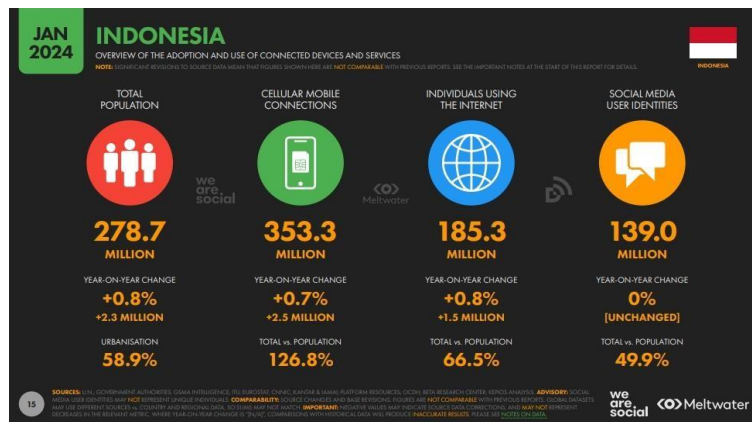
Namun, dengan berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi informasi modern, khususnya internet, tidak ada lagi batasan dalam penyebaran informasi. Internet menjadi wadah informasi yang tak terbatas, memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi dari berbagai penjuru dunia secara instan, bahkan informasi tentang kondisi bumi dari luar angkasa sekalipun. Saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi metode yang efektif dan efisien untuk mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat.

Salah satu keuntungan dari perkembangan teknologi internet adalah penggunaan *website* sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi secara virtual oleh semua elemen masyarakat, tanpa batas, baik secara individual maupun kolektif. Setiap orang dapat mengakses dan menggunakan *website* sesuai dengan kebutuhannya, tanpa terkendala oleh batasan fisik seperti penggunaan kertas. Pemanfaatan *website* tidak hanya menghemat ribuan lembar kertas, namun juga dapat menyelamatkan ratusan pohon dari proses pembuatan kertas.

*Website*, sebagai produk dari perkembangan teknologi, menunjukkan keinginan manusia untuk sesuatu yang praktis. *Website* tidak hanya dapat dibuat dengan biaya yang relatif murah, tetapi juga menampilkan informasi secara interaktif yang jauh lebih dinamis dibandingkan dengan kertas konvensional. Media ini juga dapat diakses tidak hanya melalui komputer, tetapi juga melalui perangkat *mobile*, tablet, dan *gadget* lainnya.

Di Indonesia sendiri perkembangan teknologi terbilang sangat pesat, hal ini bisa kita lihat dari penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* bekerja sama dengan *Hootsuite* yang merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media

daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial. Dimana *Hootsuite* mengeluarkan data tentang pengguna internet di Indonesia yang menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 185,3 juta dari total populasi penduduk Indonesia 278,7 juta jiwa. Penyajian data ini dilakukan secara berkala untuk menganalisis internet di tiap tahunnya seperti pada akhir Januari 2024.<sup>1</sup> Hal ini biasa kita lihat seperti gambar berikut ini.



Gambar 1.1 Laporan Pengguna Internet di Indonesia

Kreativitas para admin dengan beragam aplikasi yang tersedia telah menjadikan *website* sebagai salah satu sarana komunikasi virtual yang menarik dan praktis untuk diakses oleh masyarakat luas. *Website* dianggap memiliki banyak keunggulan, termasuk sebagai media publikasi, informasi, dan pemasaran. Selain itu, *website* juga dapat digunakan untuk transaksi komersial seperti jual beli *online*, serta diandalkan sebagai sarana untuk mengelola lembaga dengan tingkat transparansi yang dapat dipertanggungjawabkan.

LAZ ATTAQWA, sebagai salah satu lembaga pengelola zakat di Ujung Harapan, Bekasi, memanfaatkan *website* sebagai media publikasi dan transaksi dalam menjalankan berbagai programnya. Semua aktivitas pengelolaan yang berkaitan dengan informasi zakat ditampilkan secara transparan di *website* <https://lazattaqwa.org> Lembaga Amil Zakat ATTAQWA. Berkaitan dengan banyaknya Lembaga Amil Zakat saat ini, menguntungkan bagi para muzakki (Pemberi Zakat). Karena membayar zakat sudah dihimbau dalam Islam,

terutama bagi yang memiliki harta lebih sesuai kaidah Islam. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 177.

لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تَوَلَّوْا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَأَ لِنَفْسِهِ الْكِبْرِيَاءَ وَالَّذِي يُؤْتِي الْمَالَ عَلَىٰ حُبٍّ ذُو الْقُرْبَىٰ وَطَوَّابِ السَّبِيلِ وَالَّذِي يَدْفَعُ الْمَالَ إِلَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبٍّ ذُو الْقُرْبَىٰ وَطَوَّابِ السَّبِيلِ وَالَّذِي يَدْفَعُ الْمَالَ إِلَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبٍّ ذُو الْقُرْبَىٰ وَطَوَّابِ السَّبِيلِ وَالَّذِي يَدْفَعُ الْمَالَ إِلَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبٍّ ذُو الْقُرْبَىٰ وَطَوَّابِ السَّبِيلِ

Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan Shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.”

LAZ ATTAQWA memanfaatkan aspek positif *website* sebagai bagian dari media online. Segala bentuk informasi kegiatan disajikan secara menarik dan transparan untuk ditampilkan di *website* sebagai salah satu media publikasinya. Informasi diatur berdasarkan klasifikasi materi dan ditampilkan secara utuh dalam desain halaman yang dapat diakses oleh komunikan/pengguna secara efektif dan efisien. Keunggulan *website* sebagai media publikasi online adalah kemampuannya untuk menjangkau masyarakat secara luas tanpa terbatas oleh ruang, jarak, dan waktu. Alasan inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang optimalisasi penggunaan *website* sebagai media publikasi oleh LAZ ATTAQWA. Melalui penelitian ini, akhirnya dapat diketahui apakah *website* benar-benar dapat menjadi media publikasi yang efektif dan efisien untuk seluruh elemen masyarakat.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu metode yang memiliki tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena yang berhubungan sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini akan memberikan gambaran secara deskriptif mengenai bentuk-bentuk optimalisasi penggunaan *website* sebagai media publikasi dalam pengelolaan zakat LAZ ATTAQWA.

Sumber data untuk menganalisis *website* LAZ ATTAQWA <https://lazattaqwa.org> dengan menggunakan observasi, dokumentasi, jurnal, buku, artikel, wawancara, dan skripsi yang relevan terkait permasalahan. Peneliti melakukan beberapa tahapan dalam proses analisis data yang diawali dengan merangkum dan mengelompokkan data. Kemudian memilah hal-hal pokok yang difokuskan pada hal penting, dan setelah itu disusun, sehingga dari sini akan didapatkan gambaran yang lebih jelas tentang hasil penelitian. Selain itu data-data yang tidak dibutuhkan ditinggalkan (tidak masuk dalam pengelompokan). Karena penelitian ini hanya menitikberatkan pada pengelolaan isi *website*, maka peneliti tidak akan membahas terkait operasional, fitur, atau desain layout dari *website* tersebut.

Dalam tahap ini peneliti akan merangkum atau mengelompokkan data-data berdasarkan karakteristik dan tujuan *website* sebagai media publikasi *online*. Karakteristik tersebut meliputi kecepatan dan aktualisasi informasi, updating informasi, interaktifitas, multimedia, kapasitas muatan besar, keterhubungan dengan sumber lain (*hyperlink*). Sedangkan tujuan *website* sebagai media publikasi *online* meliputi penyebaran informasi, menciptakan kesadaran, tujuan riset, meningkatkan pelayanan, meningkatkan distribusi.

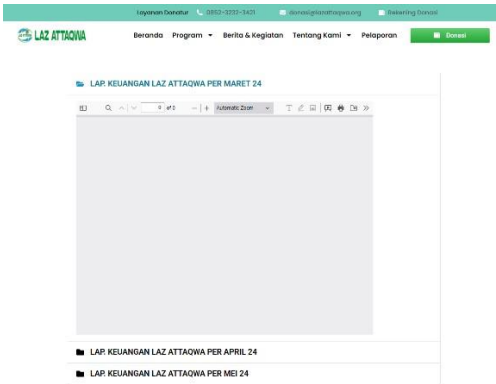
Dalam tahap penyajian data ini, peneliti akan menyajikan seluruh data yang diperoleh melalui metode dokumentasi yang telah dilakukan. Data tersebut kemudian disusun secara sistematis sehingga menghasilkan gambaran yang jelas dari penelitian. Dalam hal ini peneliti harus mengkonfirmasi kembali terkait persoalan dan data yang diperoleh dengan kerangka teori sebelum akhirnya sampai pada kesimpulan final.

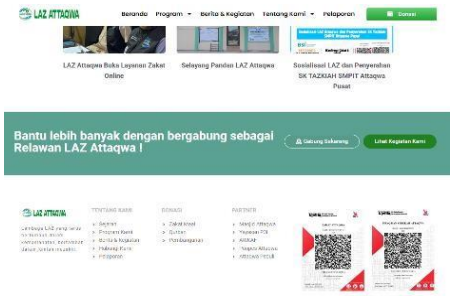
## Hasil dan Bahasan

### 3.1 Hasil

Penelitian ini berfokus pada optimalisasi penggunaan *website* sebagai media publikasi oleh LAZ ATTAQWA. Dalam penelitian ini, digunakan teori Bauran Public Relations P.E.N.C.I.L.S yang terdiri dari elemen-elemen *Publication* (Publikasi), *Events* (Acara), *News* (Berita), *Community Involvement* (Keterlibatan Komunitas), *Identity Media* (Identitas Media), *Lobbying* (Lobi), dan *Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial). Teori ini diaplikasikan untuk menganalisis sejauh mana *website* LAZ ATTAQWA memanfaatkan elemen-elemen tersebut dalam strategi komunikasi dan publikasinya.

Dengan mengaplikasikan teori ini, penelitian ini mengkaji berbagai aspek dari publikasi artikel dan laporan kegiatan, penyelenggaraan acara, penyebaran berita, keterlibatan komunitas, konsistensi identitas visual, upaya komunikasi eksternal, serta tanggung jawab sosial yang dipublikasikan melalui *website*. Setiap elemen dari teori P.E.N.C.I.L.S akan dianalisis untuk memahami efektivitas dan peran *website* dalam mendukung misi dan visi LAZ ATTAQWA. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam upaya optimalisasi tersebut. Temuan dari analisis ini beberapa disajikan dalam tabel berikut:

|                                      |                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Publica tion<br/>(Publik asi)</p> | <p>Website LAZ ATTAQWA secara rutin menerbitkan artikel, laporan kegiatan, dan anggaran yang menunjukkan transparansi dan komitmen lembaga.</p> |  <p>The screenshot shows the LAZ ATTAQWA website with a green header. The main content area displays a list of financial reports: 'LAP KEUANGAN LAZ ATTAQWA PER MARET 24', 'LAP KEUANGAN LAZ ATTAQWA PER APRIL 24', and 'LAP KEUANGAN LAZ ATTAQWA PER MEI 24'.</p> <p><i>Gambar 3.1</i> Tangkapan Layar Halaman Laporan Keuangan LAZ ATTAQWA</p>                                                                                                                                                                                                         |
| <p>News (Berita)</p>                 | <p>Website memuat berita terkini tentang kegiatan dan program yang dijalankan oleh LAZ ATTAQWA.</p>                                             |  <p>The screenshot shows the LAZ ATTAQWA website with a green header. The main content area displays a grid of news articles and events, including: 'Seminar bersama Ulama Al Azhar', 'Seminar "Peran Pemuka Agama dalam Menghadapi Tantangan Era Modern" bersama Prof. Dr. Abbas Ihsanul Hidayat', 'Selamat tahun Baru Hijriyah 1446', 'LAZ Attqwa Buka Layanan Zakat Online', 'Seleksi Calon LAZ Attqwa', and 'Sosialisasi LAZ dan Penerimaan SK TAZKIAH SMPIT Attqwa Pusat'.</p> <p><i>Gambar 3.2</i> Tangkapan Layar Halaman Berita LAZ ATTAQWA</p> |

|                                     |                                                                                |                                                                                                                                                |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Identity Media<br>(Identitas Media) | Logo dan identitas visual LAZ ATTAQWA konsisten ditampilkan di seluruh halaman |  <p><i>Gambar 3.3</i> Tangkapan Layar Footer LAZ ATTAQWA</p> |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tabel 3-1 Temuan Penelitian.

1. Publications (Publikasi)

Publikasi di *website* LAZ ATTAQWA telah dioptimalkan melalui penyajian konten yang informatif dan relevan. Artikel yang dipublikasikan meliputi berita kegiatan, laporan donasi, dan informasi program. Penggunaan multimedia seperti gambar dan video membantu menarik perhatian pengunjung dan membuat informasi lebih mudah dipahami. Publikasi yang baik dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas organisasi. Dengan memberikan informasi yang jelas dan teratur, LAZ ATTAQWA berhasil membangun kepercayaan publik. Penggunaan multimedia juga penting untuk memperkaya konten dan menjaga minat pengunjung.

2. Events (Kegiatan)

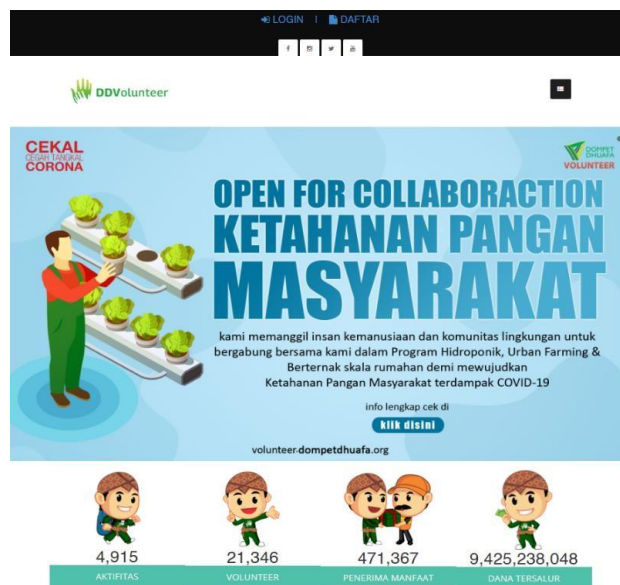
Informasi mengenai kegiatan yang diadakan oleh LAZ ATTAQWA belum disajikan dalam bentuk kalender kegiatan dan laporan terperinci. Kalender memudahkan pengunjung untuk mengetahui dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan. Penyajian informasi kegiatan yang terstruktur membantu meningkatkan partisipasi komunitas. Dengan menyediakan kalender kegiatan, LAZ ATTAQWA dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk merencanakan partisipasi mereka.

### 3. News (Berita)

*Website* ini menyediakan berita terkini tentang aktivitas LAZ ATTAQWA dan perkembangan di dunia zakat. Berita ini selalu diperbarui dan ditulis dengan bahasa yang mudah dipahami. Berita yang selalu diperbarui menunjukkan dinamika dan aktivitas organisasi yang terus berjalan. Ini penting untuk menjaga minat pengunjung dan memberikan kesan bahwa LAZ ATTAQWA adalah organisasi yang aktif dan responsif.

### 4. Community Involvement (Keterlibatan Komunitas)

*Website* LAZ ATTAQWA mendorong keterlibatan komunitas dengan menyediakan program yang dapat diikuti oleh masyarakat. Namun, belum tersedia forum diskusi atau ruang untuk memberikan masukan. *Website* LAZ ATTAQWA dapat membuat halaman volunteer seperti *website* Dompot Dhuafa sebagai rekomendasi.



Gambar 3.4 Layar Tanggap Halaman *Website* Volunteer Dompot Dhuafa

Keterlibatan komunitas yang tinggi akan menunjukkan bahwa *website* LAZ ATTAQWA berhasil menciptakan platform yang interaktif. Oleh karena itu fitur ini

penting untuk membangun hubungan yang lebih kuat antara organisasi dan komunitas.

#### 5. Identity Media (Identitas Media)

Identitas visual yang konsisten pada *website*, seperti penggunaan logo, warna, dan jenis huruf, membantu memperkuat citra LAZ ATTAQWA. Profil organisasi yang lengkap juga memberikan informasi mendalam kepada pengunjung. Identitas visual seperti penggunaan jenis huruf dan warna yang kuat belum konsisten pada *website* LAZ ATTAQWA dalam membantu membangun citra yang profesional dan terpercaya. Profil organisasi yang lengkap juga penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pengunjung mengenai visi dan misi organisasi.

#### 6. Lobbying (Lobi)

*Website* digunakan sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, perusahaan, dan lembaga lainnya. Informasi mengenai kerja sama dipublikasikan secara transparan. Oleh karena itu perlu adanya forum diskusi atau informasi kontak yang jelas pada *website* LAZ ATTAQWA. Transparansi dalam menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan menunjukkan profesionalisme dan integritas organisasi. Ini penting untuk membangun kepercayaan dan kerja sama yang baik dengan berbagai pihak.

#### 7. Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)

LAZ ATTAQWA menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial melalui program-program yang dipublikasikan di *website*. Laporan tanggung jawab keuangan dan sosial juga disajikan dengan rinci seperti **gambar 3.1**. Tanggung jawab sosial yang diimplementasikan dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat reputasi organisasi. Publikasi program sosial dan laporan yang rinci menunjukkan komitmen LAZ ATTAQWA terhadap kesejahteraan masyarakat.

## 8. Faktor Penghambat dan Pendukung

### a) Faktor Pendukung

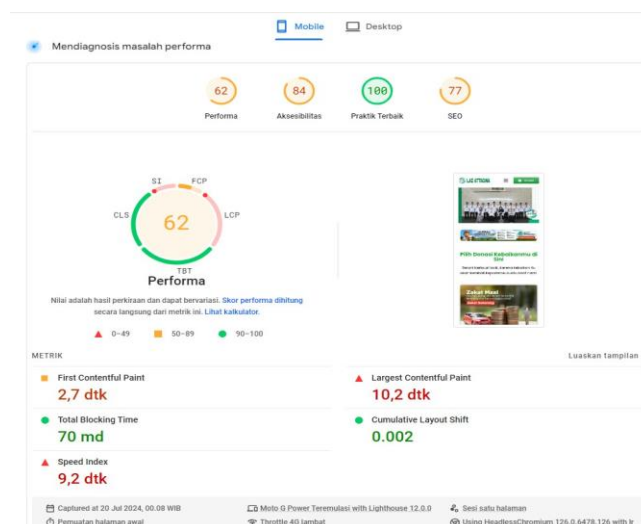
- 1) Teknologi: Penggunaan teknologi informasi yang canggih memungkinkan pengelolaan *website* yang efektif. Misalnya, sistem manajemen konten yang mudah digunakan memudahkan tim untuk memperbarui informasi secara rutin.
- 2) Teknologi yang memadai sangat penting untuk menjaga kinerja dan kualitas *website*. Sistem yang user-friendly mempermudah tim dalam mengelola konten dan memastikan informasi selalu up-to-date.
- 3) Sumber Daya Manusia: Tim yang kompeten di bidang IT dan komunikasi memainkan peran kunci dalam optimalisasi *website*. Keterampilan dan pengetahuan yang mereka miliki membantu dalam penyajian konten yang menarik dan informatif. Sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pengelolaan *website*. Kemampuan mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan sangat penting untuk menarik minat pengunjung.
- 4) Kerja sama: Dukungan dari berbagai pihak, seperti donatur, relawan, dan mitra kerja, sangat membantu dalam pengelolaan konten dan penyebaran informasi. Kerja sama yang baik dengan berbagai pihak dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan *website*. Dukungan eksternal juga penting untuk memperluas jangkauan dan dampak informasi yang disampaikan.

### b) Faktor Penghambat

- 1) Keterbatasan Anggaran: Terbatasnya anggaran dapat menghambat pengembangan dan pemeliharaan *website* yang optimal. Anggaran yang minim sering kali membatasi kemampuan untuk menggunakan teknologi terbaru atau mempekerjakan tenaga ahli. Keterbatasan anggaran adalah

tantangan umum yang dihadapi banyak organisasi non-profit. Ini dapat mempengaruhi kemampuan untuk menjaga kualitas dan kinerja *website*. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan anggaran yang efisien.

- 2) Literasi Digital: Masih ada sebagian masyarakat yang memiliki literasi digital rendah sehingga sulit untuk mengakses dan memanfaatkan informasi yang tersedia di *website*. Literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat dapat menjadi penghambat dalam penyebaran informasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi digital melalui edukasi dan sosialisasi.
- 3) Kendala Teknis: Masalah teknis seperti downtime server, kecepatan akses, dan keamanan data menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga kinerja *website*.



Gambar 3.5 Tangkapan Layar Tes Kecepatan *Website*

Kendala teknis dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dan mengurangi kepercayaan publik terhadap *website*. Oleh karena itu, penting untuk memiliki tim IT yang mampu menangani masalah teknis dengan cepat dan efektif.

### 3.2 Bahasan

#### Bentuk Optimalisasi Berdasarkan Karakteristik dan Tujuan

*Website* LAZ ATTAQWA, yang beralamat di <https://lazattaqwa.org/>, telah di optimalisasi dengan mempertimbangkan karakteristik dan tujuan sebagai media publikasi. Berikut adalah temuan utama yang sesuai dengan teori Bauran Public Relations P.E.N.C.I.L.S:

##### 1. Publications (Publikasi)

*Website* LAZ ATTAQWA secara rutin mempublikasikan artikel, berita kegiatan, dan laporan donasi. Publikasi ini membantu meningkatkan transparansi dan memberikan informasi yang relevan kepada para donatur dan masyarakat umum. Konten yang dipublikasikan juga disertai dengan gambar dan video dokumentasi kegiatan yang menarik perhatian pengunjung situs.

##### 2. Events (Kegiatan)

Informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh LAZ ATTAQWA belum dipublikasikan secara berkala. *Website* ini belum menyediakan kalender kegiatan yang memudahkan pengunjung untuk mengetahui jadwal kegiatan terbaru. Setiap kegiatan dilaporkan secara terperinci, termasuk tujuan, sasaran, dan hasil yang dicapai.

##### 3. News (Berita)

*Website* ini juga memuat berita terkini mengenai aktivitas LAZ ATTAQWA dan perkembangan terbaru dalam dunia zakat dan filantropi Islam. Berita yang disajikan selalu diperbarui dan disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami.

##### 4. Community Involvement (Keterlibatan Komunitas)

LAZ ATTAQWA belum mendorong keterlibatan komunitas melalui berbagai program yang publikasikan di situs mereka. Pengunjung *website* belum bisa mendaftar sebagai relawan atau berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang diadakan. Pengunjung hanya bisa melakukan donasi *website* ini juga belum menyediakan forum diskusi dan ruang untuk memberikan masukan, sehingga meningkatkan interaksi antara LAZ ATTAQWA dan komunitas.

## 5. Identity Media (Identitas Media)

*Website* ini menampilkan identitas visual yang konsisten dengan logo, namun tidak dengan warna, dan jenis huruf yang digunakan. *Website* ini menyediakan profil organisasi, visi dan misi, serta sejarah singkat LAZ ATTAQWA yang memberikan informasi mendalam kepada pengunjung mengenai organisasi ini.

## 6. Lobbying (Lobi)

*Website* ini digunakan sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, seperti pemerintah, perusahaan, dan lembaga lain yang memiliki kepentingan serupa. Informasi mengenai kerja sama dan kemitraan juga dipublikasikan secara transparan.

## 7. Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)

Melalui *website* ini, LAZ ATTAQWA menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dengan mempublikasikan program-program sosial yang telah dan akan dilaksanakan. Laporan keuangan dan tanggung jawab sosial yang disajikan secara rinci juga membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap LAZ ATTAQWA.

## Faktor Penghambat dan Pendukung

Berdasarkan data yang diambil dari situs <https://lazattaqwa.org> dan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa:

### 1. Faktor Pendukung

- a) Teknologi: Penggunaan teknologi informasi yang memadai memungkinkan pengelolaan *website* yang baik, termasuk pembaruan konten yang rutin dan penggunaan desain yang responsif.
- b) Sumber Daya Manusia: Tim yang kompeten dalam bidang IT dan komunikasi memegang peranan penting dalam optimalisasi *website*.
- c) Kerja sama: Dukungan dari berbagai pihak, termasuk donatur, relawan, dan mitra kerja, sangat membantu dalam pengelolaan konten dan penyebaran informasi.

## 2. Faktor Penghambat

- a) Keterbatasan Anggaran: Terbatasnya anggaran dapat menghambat pengembangan dan pemeliharaan *website* yang optimal.
- b) Literasi Digital: Masih ada sebagian masyarakat yang memiliki literasi digital rendah sehingga sulit untuk mengakses dan memanfaatkan informasi yang tersedia di *website*.
- c) Kendala Teknis: Masalah teknis seperti downtime server, kecepatan akses, dan keamanan data menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga kinerja *website*.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai optimalisasi penggunaan *website* sebagai media publikasi oleh LAZ ATTAQWA dengan teori Bauran Public Relations P.E.N.C.I.L.S, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut: (1) Optimalisasi *Website*: *Website* LAZ ATTAQWA telah dioptimalkan dengan baik melalui penyajian konten yang informatif dan relevan. Penerapan teori Bauran Public Relations P.E.N.C.I.L.S berhasil meningkatkan transparansi, keterlibatan komunitas, dan citra positif organisasi. (2) Faktor Pendukung: Penggunaan teknologi informasi yang memadai, tim yang kompeten, dan dukungan dari berbagai pihak (donatur, relawan, mitra kerja) merupakan faktor-faktor utama yang mendukung optimalisasi *website*. Faktor Penghambat: Keterbatasan anggaran, literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat, dan kendala teknis seperti downtime server, User interface (UI), dan keamanan data adalah tantangan utama yang dihadapi dalam pengelolaan *website*. Namun, ada beberapa elemen yang perlu dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas *website* sebagai media publikasi. Elemen *Events* masih belum konsisten diperbarui, yang dapat menyebabkan kurangnya informasi terkini bagi pengunjung *website*. Keterlibatan komunitas melalui *website* juga masih kurang optimal, dan identitas visual perlu lebih konsisten dalam penggunaan jenis huruf dan warna. Selain itu, elemen Lobbying perlu diperbaiki dengan memastikan semua link berfungsi dengan baik untuk memfasilitasi komunikasi dengan pihak eksternal.

## Referensi

- Ardan, Farrel. "Pengertian, Jenis-Jenis, Serta Fungsi Media." Media Indonesia, 2021. <https://mediaindonesia.com/humaniora/451206/pengertian-jenis-jenis-serta-fungsi-media>.
- Dompot Dhuafa. "DDVolunteer." Accessed June 15, 2024. <https://volunteer.dompetdhuafa.org/>.
- Fitrah, Muh., and Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif. Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2019.
- LAZ ATTAQWA. "LAZ ATTAQWA." lazattaqwa.org, 2024. <https://lazattaqwa.org/>.———"Tentang Kami." lazattaqwa.org, 2024. <https://lazattaqwa.org/berita-dan-kegiatan>
- Natoradjo, Sulyus. *Event Organizing Dasar-Dasar Event Management*. Jakarta: Gramedia, 2011.
- Oliver, Andre. "6 Prinsip Penting Untuk Merancang Desain User Interface Yang Baik." gints.com, 2023. <https://glints.com/id/lowongan/prinsip-desain-user-interface>
- Rais, Heppy El. *Kamus Ilmiah Populer*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Ruslan, Rosyady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Setiawan, Andi. *Metode Tepat Singkat Pemrograman HTML: Standarisasi, Konfigurasi Dan Implementasi*. Bandung: CV Yarma Widya, 2006.
- Undang-Undang RI. "Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 1 Ayat (1)." Jakarta, 1999.
- wearesocial.com. "Laporan Khusus Digital 2024." We Are Social, 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>