

EFEKTIVITAS WEB KEMENTERIAN DALAM Mendukung TRANSPARANSI PUBLIK MENGGUNAKAN MATRIKS AIC (*ATTRACT, INFORM, COMMUNITY*)

Komarudin Tasdik¹, Hery Heryanto², Ana Herdiana³

¹ Sistem Informasi, STMIK Jabar, Bandung

^{2,3} Pascasarjana Sistem Informasi, STMIK LIKMI, Bandung

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah perencanaan metodologi evaluasi efektivitas web interaktif yang ditekankan pada adaptasi matriks agar dapat digunakan untuk pembuatan kuesioner dan pembahasannya berdasarkan model web interaktif. Analisis konteks bisnis dilakukan berdasarkan studi literatur yang erat korelasinya dengan performa web Kementerian Agama RI. Metodologi evaluasi efektivitas web Interaktif merupakan kebutuhan penyelenggara web, termasuk Kementerian Agama Republik Indonesia (RI) unit kerja Haji dan Umrah, untuk meningkatkan transparansi publik. Untuk mendukung perencanaan model evaluasi web yang efektif digunakan sebuah metodologi penilaian web, yaitu AIC (*Attract, Inform, Community*). Model ini menggunakan pendekatan kualitatif multi-dimensional yang secara praktis berbasis Matriks AIC. Model ini memuat fitur web mobilisasi masa sehingga interaksi penyelenggara web dan publik dapat terwujud. Hasil penelitian ini berupa metodologi evaluasi efektivitas web menggunakan Model AIC Interaktif yang merupakan hasil adaptasi dari Model AIC. Proses adaptasi dilakukan berdasarkan konsep e-government Indonesia dan PBB karena Model AIC pada penelitian sebelumnya digunakan untuk mengevaluasi web non-pemerintah. Sedangkan model evaluasi web yang dikeluarkan Kementerian Informatika RI dan PBB tidak difokuskan pada fitur-fitur interaktif. Hasil pilot project menunjukkan bahwa web Haji hanya memiliki 1 atribut interaktif, yakni komentar. Jadi, web Haji termasuk kurang interaktif dan belum mendukung transparansi publik secara efektif.

Kata kunci: web interaktif, transparansi, evaluasi web

1. PENDAHULUAN

Menurut survei tahun 2016 yang dilakukan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Indonesia meraih peringkat ke 116 (*medium*) berdasarkan EGDI (*E-Government Development Index*). Hasil menunjukkan bahwa kualitas *e-government* Indonesia masih jauh di bawah negara-negara di Asia Tenggara (UNDESA, 2016). Rendahnya nilai EGDI menunjukkan bahwa lembaga publik (kementerian) Indonesia masih kurang inklusif, efektif, transparan dan akuntabel dalam mengimplementasikan *e-government*. Salah satu lembaga publik adalah Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama Republik Indonesia.

Di tengah-tengah upaya mewujudkan pemerintahan yang bersih, muncul hasil penelitian yang menyatakan bahwa Kementerian Agama merupakan salah satu lembaga di Indonesia yang paling banyak melakukan penyalah-gunaan anggaran biaya pada pelayanan publik dari 22 instansi pusat yang disurvei Komisi Pemberantasan Korupsi berdasarkan Indeks Integritas Nasional. Hal ini menjadi salah satu alasan dilakukan penelitian ini dengan harapan optimalisasi web dapat meningkatkan transparansi publik dalam rangka ikut serta mencegah terjadinya korupsi.

Matriks *Attract, Inform* dan *Community* (AIC) diadaptasi untuk mengevaluasi web Haji Kementerian Agama Republik Indonesia (RI). Hasil yang diharapkan adalah menghasilkan matriks baru (hasil adaptasi) untuk mengetahui efektivitas web haji dalam mendukung transparansi publik. Langkah ini diharapkan menjadi salah satu masukan untuk perbaikan web Haji Kementerian Agama dan juga menjadi salah satu *tools* evaluasi web-web sejenis pada penelitian yang lain.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metodologi AIC (*Attract, Inform, Community*) yang telah disesuaikan dengan objek penelitian pada pembahasan ini seperti tampak pada Gambar 1.

Tahap 1: Inisiasi Penelitian

Pada tahapan ini, dilakukan beberapa aktivitas sebagai permulaan penelitian, yaitu menentukan tujuan penelitian berdasarkan studi literatur, menentukan web sebagai objek penelitian, menentukan calon responden dan menentukan metode penelitian. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah AIC model.

Alasan penggunaan AIC model pada penelitian ini antara lain karena metode tersebut memiliki kategori penilaian “community”. Kategori ini menunjukkan bahwa sebuah web harus memiliki kemampuan untuk mempengaruhi publik (memobilisasi masa) sebagai *end-user* agar mau berinteraksi dengan penyelenggara web, seperti terlibat dalam pengungkapan pendapat atau donasi. Dengan adanya komunikasi dua arah diharapkan pemerintah mampu memberikan pelayanan dengan transparan sehingga terbangun kepercayaan publik yang tinggi.

Proses adaptasi dilakukan berdasarkan konsep *e-government* Indonesia dan PBB karena Model AIC pada penelitian sebelumnya (Daniels, 2004) digunakan untuk mengevaluasi web organisasi-organisasi Islam dari berbagai negara (non-pemerintah). Sedangkan model evaluasi web yang dikeluarkan Kementerian Informatika RI dan PBB tidak difokuskan pada fitur-fitur interaktif. Salah satu alasan penelitian ini lebih terfokus pada aspek interaktif adalah agar kekurangan sebuah web lebih mudah diketahui dan diperbaikannya lebih mudah serta lebih cepat dilakukan.

Tahap 2: Adaptasi Matriks AIC

Pada penelitian sebelumnya, matriks AIC digunakan untuk mengevaluasi web beberapa organisasi Islam sehingga perlu ada penyesuaian ketika akan digunakan untuk mengevaluasi web Kementerian Agama RI. Perubahan tersebut berupa penghapusan komponen yang tidak relevan dan menambahkan komponen yang belum ada serta adaptasi skor masing-masing komponen matriks. Penambahan komponen lebih ditekankan pada komponen interaktif yang diadaptasi dari panduan *e-government* PBB dan Kominfo. Matriks AIC yang sudah mengalami perubahan selanjutnya disebut dengan istilah matriks AIC interaktif.

Tahap 3: Pengumpulan Data

Penentuan banyaknya sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan calon responden anggota grup Facebook “Belajar Bahasa Inggris dan Arab katabah.com.” Sampel yang diperoleh sebanyak 97 responden. Para responden mengisi kuesioner berdasarkan evaluasi web Haji Kementerian Agama RI. Pengisian kuesioner dilakukan secara *online*. Setelah itu, kuesioner yang telah diisi oleh 97 responden dikumpulkan untuk segera dimasukkan pada matriks AIC Interaktif oleh peneliti dengan menggunakan software Microsoft Excel.

Perlu ditekankan bahwa pengambilan sampel ini bukan untuk merepresentasikan penilaian seluruh penduduk Indonesia terhadap web Haji. Akan tetapi, ini hanya sebagai *pilot project*, yakni pengujian penerapan metodologi AIC Interaktif pada skup lebih kecil yang akan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dalam skup yang lebih besar atau responden yang lebih banyak.

Sampel adalah pengambilan sebagian dari populasi agar tidak terlalu banyak responden sehingga dapat memudahkan suatu penelitian. Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Slovin.

Calon responden adalah anggota grup Belajar Bahasa Inggris dan Arab Katabah.com yang secara singkat biasa disebut grup IDA (Inggris dan Arab) atau Katabah. Grup tersebut didirikan dan dikelola oleh peneliti sendiri, maka pengumpulan data calon responden tidak melibatkan pihak lain. Jumlah anggota Katabah sebanyak 2.600 (25 Februari 2018). Berdasarkan penerapan rumus Slovin, maka calon responden berjumlah 97 orang. Setelah diketahui jumlah responden, maka kuesioner siap disebar.

Karena matriks AIC interaktif cenderung menggunakan istilah-istilah teknis yang mungkin agak sulit dipahami oleh responden, maka perlu disajikan dalam bentuk kuesioner. Pembuatan kuesioner tersebut disusun berdasarkan 3 kategori, yaitu: *Attract*, *Inform*, dan *Community*.

Tahap 4: Pengolahan Data

Peneliti mengisi dan mengolah skor matriks AIC Interaktif berdasarkan kuesioner yang sudah diisi menggunakan Microsoft Excel sehingga diperoleh pencapaian skor pada tiga kategori, yaitu *Attract*, *Inform*, dan *Community* (AIC).

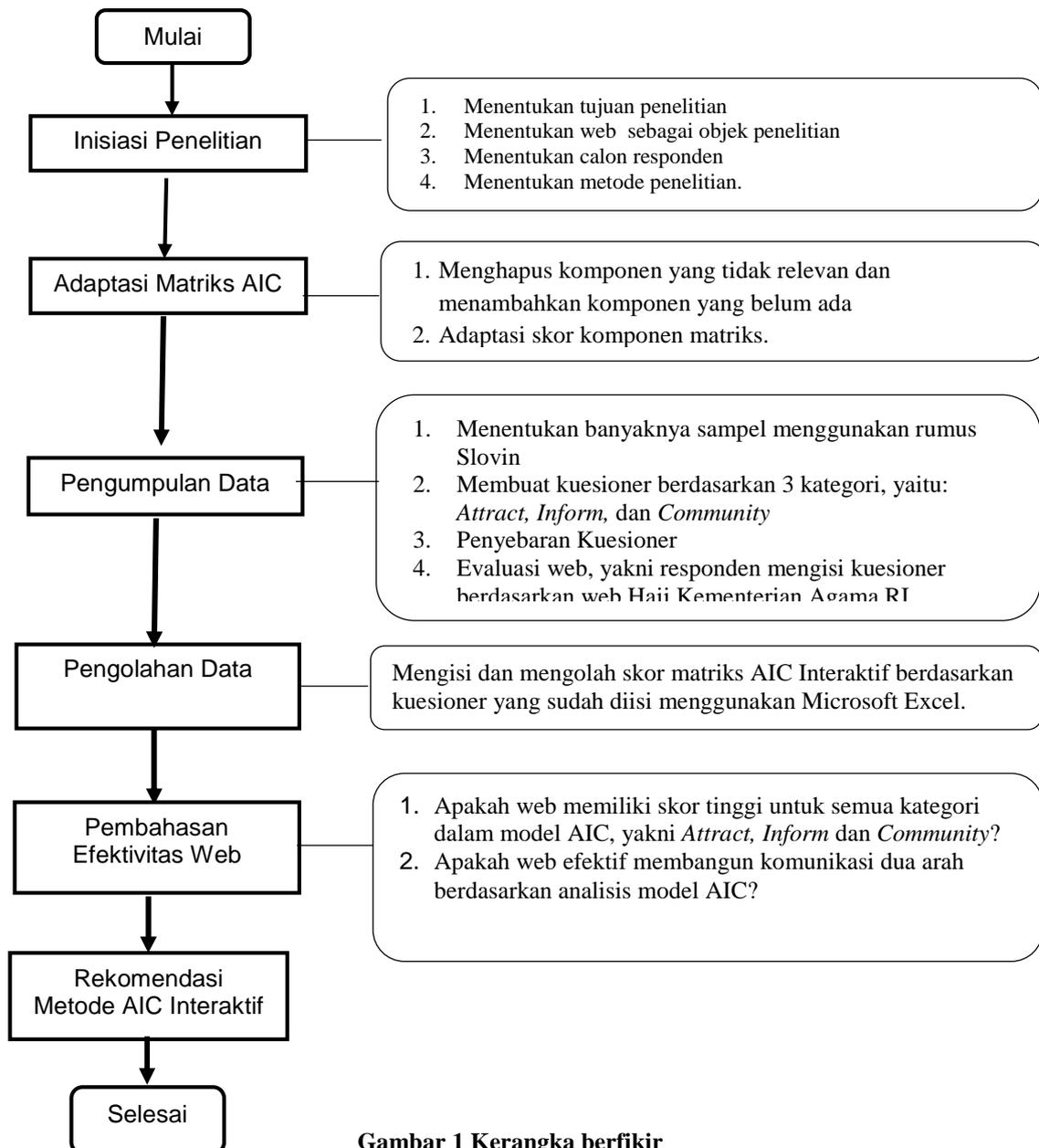
Tahap 5: Pembahasan Efektivitas Web

Setelah diperoleh persentase perolehan skor untuk ketiga kategori AIC tersebut pada tahap 4, maka dilakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Apakah web memiliki skor tinggi untuk semua kategori dalam model AIC, yakni *Attract*, *Inform* dan *Community*?
2. Apakah web sudah termasuk interaktif?
3. Apakah web efektif membangun komunikasi dua arah berdasarkan analisis model AIC sehingga terbangun transparansi publik?

Tahap 6: Rekomendasi

Setelah selesai tahap 5, maka akan diperoleh rekomendasi berupa cara penilaian efektivitas web interaktif yang secara teknis berupa matriks AIC Interaktif dan langkah-langkah evaluasi web menggunakan matriks tersebut seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1 tentang Kerangka Berfikir Penelitian.



Gambar 1 Kerangka berfikir

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Matris AIC (*Attract, Inform, Community*) karya Daniles diadaptasi agar sesuai dengan kebutuhan web Haji Kementerian Agama. Proses adaptasi dilakukan berdasarkan konsep *e-government* Indonesian (Kominfo, 2003) dan Perseritakan Bangsa-Bangsa (UNDESA, 2010). Adaptasi tersebut berupa penghapusan atribut yang tidak perlu, penyesuaian atribut yang kurang relevan, penambahan atribut yang belum ada dan penyesuaian skor agar lebih tepat. Adapun matriks AIC baru yang merupakan hasil adaptasi tersebut tampak pada Tabel 1.

Tabel 1 Matriks AIC baru

ATTRACT			
No.	Atribut	Skor Daniels	Skor Baru
1.	Warna konsisten	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
	Ikon konsisten		Ya = 1, Tidak = 0
2.	Logo organisasi nampak	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
3.	Judul halaman	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
4.	Layout prioritas: Pengelompokan topik yang mirip	Sangat bagus = 2 Bagus = 1 Jelek = 0	Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Penggunaan warna		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Animasi		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Ukuran teks dan gambar seimbang		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Tampilan layout efisien		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Tampilan layout rapi		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
5.	Promosi event/acara yang akan datang	Ya = 1, Tidak = 0	Update = 2, Ada = 1, Tidak = 0
	Maximum subtotal	7	19
No.	Atribut	Skor Daniels	Skor Baru
6.	Situs terdaftar di search engine	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
7.	Homepage loading cepat	< 15 detik = 1 > 15 detik = 0	< 15 detik = 1 > 15 detik = 0
8.	Tidak ada file atau pengunduhan error	< 3 error = 2 Antara 4-6 error = 1 > 6 error = 0	< 3 error = 2 Antara 4-6 error = 1 > 6 error = 0
9.	Konten tampak & terstruktur: Homepage tidak terlalu penuh	Sangat bagus = 2 Bagus = 1 Jelek = 0	Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Daftar isi tampak		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Daftar menu tampak		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Kategorisasi subjek bagus		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
10.	Penggunaan media seimbang: Kombinasi elemen visual dan informasi berbasis teks bagus	Sangat bagus = 2 Bagus = 1 Jelek = 0	Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Penggunaan media tidak kacau		Bagus = 2, Cukup = 1, Jelek = 0
	Maksimum subtotal	8	16
INFORM			
No.	Attribute	Skor Daniels	Skor Baru
11.	Profil organisasi	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
12.	Misi	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
13.	FAQ	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
14.	Mudah menemukan informasi kontak	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
15.	Sumber dokumen	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
16.	Tanggal publikasi dokumen	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
17.	Informasi penulis: Nama	Sangat bagus = 2 Bagus = 1 Jelek = 0	Ada = 1, Tidak = 0
	Biografi singkat tersedia konsisten		Ya = 1, Tidak = 0
18.	Informasi kontak terkait dokumen	Ya = 1, Jelek = 0	Ya = 1, Jelek = 0
19.	Informasi tepat waktu	Ya = 1, Jelek = 0	Ya = 1, Jelek = 0
	Maksimum subtotal	11	14
20.	Link eksternal bervariasi	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
21.	Konteks link	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
22.	Pemberitahuan ketika link mati	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
23.	Ada ikon ke halaman utama	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
24.	Tombol navigasi tampak	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0

25.	Label posisi terkini	Ya = 1, Tidak = 0	Bagus = 2, Ada = 1, Tidak = 0
26.	Tidak ada back trapping	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
27.	Pencarian arsip	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
28.	Feedback status sistem	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
29.	Media dapat diunduh (video/audio)	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
30.	Preview pengunduhan yang lama	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
31.	Teks dapat diunduh	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
32.	Pengunduhan dalam multi format	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
33.	Printer ready	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
34.	Email document	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
35.	Link ke artikel terkait	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
	Maksimum subtotal	16	30
COMMUNITY			
No.	Atribut	Skor Daniels	Skor Baru
36.	Langganan newsletter atau majalah	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
37.	Donasi online	Ya = 1, Tidak = 0	Dihapus
38.	Link aksi	Ya = 1, Tidak = 0	Dihapus
	Maksimum subtotal	3	
39.	Dorongan feedback	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
40.	Bookmark atau favorit saat ini	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
41.	E-mail logo atau alamat situs ke teman	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
42.	Komentar pembaca pada artikel	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
43.	Forum atau kotak pesan	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
44.	Membuat 21opic percakapan	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
45.	Transaksi aman	Ya = 1, Tidak = 0	Ya = 1, Tidak = 0
46.	Multi bahasa	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
47.	Hanya anggota	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
48.	Mengenali pengunjung yang kembali	Ya = 1, Tidak = 0	Dihapus
49.	Email alert	Ya = 1, Tidak = 0	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
50.	Online polls	Tambahan	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
51.	Buku tamu	Tambahan	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
52.	Kontak	Tambahan	Berfungsi = 2, Ada = 1, Tidak = 0
	Maksimum subtotal	11	19

(Daniels, 2004: 30)

Adapun hasil pengisian kuesioner oleh 97 responden tampak pada Tabel 2. Ini merupakan hasil *pilot project*.

Tabel 2 Resume kelengkapan atribut web menurut 97 responden

Kategori	Subkategori	Kelengkapan Atribut (%)	Keterangan
Attract	Content	91	Lengkap
	Structure	71	Cukup
Inform	Content	50	Kurang
	Structure	46	Kurang
Community	Content	0	Kurang
	Structure	13	Kurang
Keseluruhan		45,167	Kurang

Tabel 2 menunjukkan bahwa ketersediaan atribut pada web Haji termasuk “lengkap” untuk kategori *Attract* subkategori *Content* (91%), “cukup lengkap” untuk kategori *Attract* subkategori *Structure* (71%), “kurang lengkap” untuk kategori *Inform* subkategori *Content* (50%), “kurang lengkap” untuk kategori *Inform* subkategori *Structure* (46%), dan “kurang lengkap” untuk kategori *Community* subkategori *Content* (0%) serta *Structure* (13%). Berdasarkan rata-rata jawaban responden terhadap ketiga kategori (*Attract*, *Inform* dan *Community*) pada Tabel 2, secara keseluruhan dinyatakan bahwa atribut-atribut (fitur-fitur) web Haji termasuk “kurang lengkap” (45,167%).

Tabel 2 menunjukkan hasil pengolahan data kuesioner yang diisi oleh 97 responden, baik melalui *personal computer* maupun *mobile*. Adapun Tabel 3 menunjukkan hasil evaluasi web oleh responden yang menggunakan *personal computer* dan *mobile* yang dikalkulasikan secara terpisah. Hasilnya tetap menunjukkan bahwa atribut web haji masih “kurang lengkap”, baik diakses secara web maupun mobile.

Tabel 3 Perbandingan total responden yang berbeda

Jumlah Responden	Kelengkapan	Keterangan
24 (web)	48,167%	Kurang
73 (mobile)	42,333%	Kurang
97 (web dan mobile)	45,167%	Kurang

Hasilnya menunjukkan bahwa ketersediaan atribut pada web Haji termasuk “kurang lengkap”. Dengan demikian, keberadaan atribut *Attract* dan *Inform* yang merupakan variabel dasar sebuah web (Daniels 2004) belum diimplementasikan secara optimal sehingga dapat disimpulkan bahwa web kementerian RI belum memfasilitasi fitur penyampaian informasi dengan lengkap. Terlebih lagi, perhatian terhadap atribut interaktif harus ditingkatkan sebagai upaya peningkatan kualitas dari sebuah web pemerintahan dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah.

Berdasarkan hasil evaluasi web atribut interaktif, diperoleh hasil ketersediaan atribut interaktif web Haji seperti pada Tabel 4.

Tabel 4 Ketersediaan atribut interaktif

Atribut	Keterangan	Skor	Skor Maksimum
Online polls	Tidak ada	0	2
Member login	Akses ditolak	1	2
Buku tamu	Tidak ada	0	2
Kontak	Menggunakan e-mail	1	2
Online forum	Tidak ada	0	2
Komentar	Ada (menggunakan FB)	2	2

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa web Haji hanya memiliki 1 atribut interaktif, yakni komentar. Jadi, web Haji termasuk kurang interaktif karena kepemilikan atribut interaktifnya kurang dari 60%. Dapat disimpulkan bahwa web Haji belum termasuk interaktif dan belum mendukung transparansi publik dengan baik (efektif) karena hanya memiliki 1 atribut interaktif, yaitu komentar.

4. SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa cara mengevaluasi web menggunakan matriks AIC Haji meliputi adaptasi matriks AIC Daniels, membuat dan menyebarkan kuesioner, serta mengolah data kuesioner menggunakan *software* sehingga diperoleh kesimpulan bahwa atribut pada web haji belum lengkap berdasarkan kategori *Attract*, *Inform* dan *Community* (AIC). Sementara itu, cara mengetahui efektivitas web Haji dalam mendukung transparansi publik dilakukan dengan cara menganalisis 6 atribut interaktif, yaitu *online polls*, *member login*, buku tamu, kontak, *online forum*, dan komentar. Berdasarkan analisis 6 atribut tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa web Haji belum interaktif sehingga belum efektif mendukung transparansi publik.

Metodologi penelitian yang menggunakan matriks AIC Haji bermanfaat untuk mengevaluasi web haji, web kementerian atau web lain, terutama untuk mengetahui ketersediaan atribut dengan kategori *Attract*, *Inform* dan *Community*, baik yang menekankan pada atribut-atribut interaktif atau tidak. Hasil evaluasi menggunakan *framework* AIC Haji bermanfaat juga sebagai masukan pada saat melakukan perancangan *user interface* sebuah web yang akan dibuat.

Matriks AIC Haji terdiri atas 60 atribut dengan skor maksimum 108 poin, sementara yang sudah tersedia di web Haji sebanyak 22 atribut dengan total skor 58 poin menurut 1 responden. Sementara itu, terdapat 28 atribut (1.538) dari total 40 atribut (2.970 poin) yang dievaluasi oleh 97 responden. Hasil penilaian dari sampel ini tidak merepresentasikan tanggapan semua warga negara Indonesia terhadap web Haji, tapi sebagai *pilot project* saja.

REFERENCES

[1] [Anonim]. Banyak Peminat, Web Haji Kemenag Error. Inigresik.com [7 Februari 2016].
 [2] [Anonim]. Website Tidak Bisa Diakses. Lapor.go.id [5 Januari 2018].
 [3] Budi RF. *Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Google Scholar (Studi Pada Mahasiswa UNAIR Sebagai Penunjang Kegiatan Akademis)*. Hlm. 1-20.

- [4] Daniels M. 2004. *Online Islamic Organizations and Measuring Web Effectiveness [Thesis]*. Naval Postgraduate School California.
- [5] Hapsari E. 2012. Dituding Instansi Terkorup, Kemenag: Survei KPK Tak Lengkap. <http://republika.co.id> [22 Juni 2012].
- [6] Huda N. 2011. Menag Pertanyakan Hasil Survei KPK. <http://www.seputar-indonesia.com> [22 Juni 2012].
- [7] [ICW] Indonesia Corruption Watch. Dugaan Korupsi Dana Haji Rp 1,28 Triliun. 2012. <http://m.antikorupsi.org>. [4 Juli 2012].
- [8] [INPRES] Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2011 Tentang Aksi Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi Tahun 2012. Sekretariat Kabinet RI.
- [9] Iskandaria. 2011. Mengukur Kekuatan SEO Website dengan SeoAnalyser. <http://kafegue.com/mengukur-kekuatan-seo-website-dengan-seoanalyser/>. [17 Mei 2012].
- [10] Ivory MY, Sinha RR, Hearst MA. 2001. Empirically Validated Web Page Design Metrics. *USA: ACM*, 31 March-5April 2001, hlm. 53-60.
- [11] Jamal, Utami E, Amborowati A. 2015. Analisis Perbandingan Aplikasi Web Berdasarkan Quality Factors dan Object Oriented Design Metrics. *Jurnal Ilmiah DASI*, Vol. 16 No. 3 September 2015, hlm 68 - 78.
- [12] [KBPP] Kepala Biro Peraturan Perundang-undangan II. *Lampiran I Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor: 3 Tahun 2003 Tanggal: 9 Juni 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government*. Sekretariat Kabinet RI.
- [13] Kearns I et al. 2002. *E-participation in Local Government*. IPPR.
- [14] [KEPMEN] Keputusan Menteri Agama Nomor 2 Tahun 2010 Tentang Visi dan Misi Kementerian Agama.
- [15] Kominfo. 2003. *Panduan Penyelenggaraan Situs Web Pemerintah Daerah*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informasi RI.
- [16] Kominfo. 2010. *Indonesia ICT - White Paper 2010*. Jakarta: Pusat Data Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- [17] [KPK] Komisi Pemberantasan Korupsi. 2011. *Paparan Hasil Survei Integritas Sektor Publik Indonesia 2011*. Direktorat Penelitian dan Pengembangan KPK.
- [18] KS. 2011. Kemenag Surati KPK Untuk Audiensi. <http://itjen.kemenag.go.id/web/berita/236-kemenag-surati-kpk-untuk-audiensi.html> [22 Juni 2012]
- [19] Kurniawan T. 2009. Peranan Akuntabilitas Publik dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemberantasan Korupsi di Pemerintahan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei–Agustus 2009, Volume 16, Nomor 2, hlm. 116-121.
- [20] Lironi E. 2016. *Potential and Challenges of E-Participation in the European Union*. European Union: European Parliament.
- [21] Nurhadryani Y, Maslow S, Yamamoto H. 2009. ‘Democracy 1.0’ Meets ‘Web 2.0’: E-Campaigning and the Role of ICTs in Indonesia’s Political Reform Process since 1998. *Graduate School of Information Sciences, Tohoku University, Interdisciplinary Information Sciences*, Vol. 15, No. 2, hlm. 211–222
- [22] Nurhadryani Y. 2009. Memahami Konsep e-Governance serta Hubungannya dengan e-Government dan e-Demokrasi. *Yogyakarta: Seminar Nasional UPN “Veteran”*, hlm. F111 – F117.
- [23] Nurhayati. Bagaimana Menyelenggarakan Haji Yang Transparan? bbc.com 26 Mei 2014 [29 Mei 2018].
- [24] Park JY. 2008. ILED: Interactive Learning Experience Design. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, Vol. 4, No. 3, September 2008, hlm. 357-370.
- [25] Pratama RD, Suyadi I, Susilo H. 2014. Persepsi User Terhadap Desain Website eCommerce (Studi Pada Pengguna Website JKM Store). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 9 No. 1 April 2014, hlm. 1-6.
- [26] [PERMEN] Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2010 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Agama.
- [27] [PERMEN] Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Kriteria dan Ukuran Keberhasilan Reformasi Birokrasi.
- [28] Rashid U et al. 2009. Designing Interactions using OAI Model: A New Interface Modeling Paradigm. *International Conference on Emerging Technologies*, hlm. 422-426.
- [29] Sarastuti D. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 16, No.01, Mei 2017: 71 – 90.

- [30] Setiawan H, Santoso P. 2013. Model Optimalisasi Peluang Pemanfaatan Media Jejaring Sosial Dalam Implementasi e-Governance di Indonesia. *Seminar Nasional Informatika 2013 (semnasIF 2013) UPN "Veteran" Yogyakarta*, 18 Mei 2013, hlm. A-147-A154.
- [31] Setiawan N. (2007). Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabel Krejcie-morgan: Telaah Konsep dan Aplikasinya. *Makalah disampaikan pada Diskusi Ilmiah Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan Unpad*, Kamis 22 November 2007, hlm. 1-16.
- [32] Turino, Purwanto Y, Soeleman A. (2009). E-Learning Bahasa Inggris Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 5. No. 2, Oktober 2009, hlm. 726-739.
- [33] UNDESA. 2010. *United Nations e-Government Survey 2010*. New York: United Nations.
- [34] UNDESA. 2016. *United Nations e-Government Survey 2016*. New York: United Nations.
- [35] [UU] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008, Pasal 159 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.
- [36] Wiratmo LB, Irfan N, Kuwatono. 2017. Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 2, Januari 2017, hlm. 326-339.
- [37] Yuhfizar. 2009. *Ranahminang Menuju Penerapan e-Government*. <http://padang-today.com>.
- [38] Zul, C2, Ari. Tanggapi KPK, Rancang Laporan Haji Online. antikorupsi.org/id [12 Mei 2010].