

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Program Studi S1 Olahraga Rekreasi di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) ini merupakan satu satunya program studi yang ada di Indonesia dan masih memerlukan upaya promosi yang masif dan terstruktur agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. namun sayangnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap program studi ini masih tergolong rendah. Kondisi ini mendorong perlunya strategi promosi yang efektif, inovatif, dan menjangkau target audiens secara luas. Program Studi Sarjana (S1) Olahraga Rekreasi merupakan program pendidikan tinggi jenjang strata satu yang secara khusus mempelajari ilmu-ilmu yang berkaitan dengan pengelolaan, pengembangan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan olahraga rekreasi. Program studi ini berada di bawah naungan ilmu keolahragaan dan memiliki kajian interdisipliner yang mencakup ilmu olahraga, manajemen rekreasi, kesehatan masyarakat, pariwisata olahraga, psikologi olahraga, manajemen bisnis dan ilmu ilmu sosial terkait. Kurikulum program studi ini dirancang secara komprehensif untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi teoritis dan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri (Aisha Susanto et al., 2023). yang secara kelembagaan juga program studi S1 olahraga rekreasi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) telah menerbitkan Jurnal Olahraga Rekreasi Masyarakat (ReKat) dengan E-ISSN 2985-3389 sebagai

bukti nyata perkembangan akademik bidang ini sejak tahun 2022 (Universitas Negeri Jakarta, 2026).

Olahraga rekreasi merupakan perpaduan sinergis antara aktivitas fisik dan rekreatif yang dilakukan dengan tujuan utama memperoleh kesenangan, relaksasi, dan manfaat kesehatan tanpa tekanan kompetisi yang berlebihan. menurut (Nurwandi et al., 2022) Olahraga rekreasi adalah bentuk aktivitas fisik yang dilakukan secara sukarela oleh individu atau kelompok selama waktu luang dengan tujuan utama memperoleh kesenangan, relaksasi, serta pemeliharaan dan peningkatan kesehatan tanpa orientasi kompetisi profesional. Kegiatan ini dilakukan dalam suasana santai, tidak berfokus pada hasil prestasi, dan dapat berupa berbagai kegiatan fisik seperti berjalan santai, bersepeda, senam ringan, permainan tradisional, atau olahraga di ruang terbuka. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran, dan kesenangan. (Faalahudin, 2021) dalam penelitiannya yang dimuat di Jurnal Sport Science Indonesia menyatakan bahwa olahraga rekreasi memiliki dimensi yang sangat luas, meliputi wisata olahraga (*Sport Tourism*), olahraga petualangan (*Adventure Sports*), olahraga tradisional, hingga olahraga berbasis komunitas. Adapun bentuk olahraga rekreasi sangat beragam, mencakup antara lain *hiking*, jelajah kampung, *outbound*, *camping*, arung jeram, wisata olahraga alam, permainan tradisional, dan masih banyak lagi. Menjadikan olahraga

rekreasi sebagai cabang ilmu yang relevan di mana masyarakat semakin membutuhkan keseimbangan antara aktivitas kerja dan waktu luang yang berkualitas.

Lulusan Program Studi S1 Olahraga Rekreasi diharapkan mampu menjadi tenaga profesional dalam pengelolaan fasilitas rekreasi, perancangan program olahraga masyarakat, konsultan pariwisata olahraga, instruktur rekreasi, serta pengelola *event* olahraga rekreasi berskala lokal maupun nasional. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat dan kebutuhan rekreasi yang berkualitas, prospek lulusan program studi ini semakin menjanjikan di era modern. Besarnya potensi Program Studi S1 Olahraga Rekreasi tersebut sayangnnya belum diimbangi dengan upaya promosi yang memadai dan sistematis. Sebagai satu-satunya program studi sejenis di Indonesia, jangkauan informasi mengenai program studi ini masih sangat terbatas di kalangan masyarakat luas, khususnya calon mahasiswa potensial. Di sinilah peran teknologi informasi dan komunikasi menjadi sangat krusial sebagai instrumen strategis untuk menjembatani kesenjangan antara potensi besar program studi dengan tingkat pengenalan publik yang masih rendah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi secara signifikan. Sekaligus membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia secara fundamental, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan tinggi dan olahraga. Perkembangan teknologi dan informasi

juga telah mengubah perilaku konsumen, yang semakin beralih ke platform *online* untuk mencari informasi, termasuk informasi tentang institusi pendidikan dan program studi (Putri Nduru et al., 2024). Dalam konteks pendidikan tinggi, (Sinaga & Firmansyah, 2024) dalam Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan mengemukakan bahwa perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma pendidikan secara fundamental, dari model pembelajaran konvensional menuju pembelajaran berbasis digital yang lebih fleksibel, interaktif, dan personal. Perkembangan teknologi dan informasi juga mengubah cara perguruan tinggi berkomunikasi dan mempromosikan diri kepada calon mahasiswa, yang kini semakin bergantung pada platform digital dalam mencari informasi pendidikan.

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens dengan tujuan memperkenalkan, meningkatkan kesadaran, dan mendorong pengambilan keputusan. Media promosi berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan calon mahasiswa atau masyarakat luas. Promosi strategis merupakan pendekatan promosi yang terencana dan terstruktur, mengintegrasikan berbagai elemen promosi secara sinergis untuk mencapai hasil yang optimal. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pencapaian kuota penerimaan mahasiswa baru jangka pendek, tetapi juga membangun citra dan reputasi program studi secara jangka panjang. Dalam konteks promosi program studi, promosi strategis mencakup identifikasi keunggulan kompetitif, penetapan segmen target, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, pengembangan pesan yang relevan, serta evaluasi efektivitas

promosi secara berkala. (Isti Budhi Setiawati & Jamal Ismail, 2025) membagi media promosi menjadi dua kategori besar, yaitu media promosi tradisional yang meliputi televisi, radio, surat kabar, dan brosur, serta media promosi digital yang meliputi website, media sosial, email marketing, dan *Search engine optimization (SEO)*. Pemilihan media promosi yang tepat akan meningkatkan jangkauan pemasaran dan visibilitas suatu program studi secara *online* (Nur Zarliani Uli et al., 2025). Media promosi yang efektif mampu menyampaikan informasi kepada target audiens dengan jumlah yang sebanyak-banyaknya dalam waktu yang efisien dan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan media konvensional. Dalam konteks pendidikan tinggi, (Putra et al., 2025) dalam Jurnal Komunikasi Pendidikan menyatakan bahwa media promosi digital telah menjadi instrumen utama dalam strategi pemasaran perguruan tinggi. Website institusional, sebagai salah satu bentuk media promosi digital, terbukti menjadi sumber informasi utama bagi calon mahasiswa dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih perguruan tinggi dan program studi. Hal ini menggarisbawahi pentingnya investasi dalam pengembangan website yang berkualitas tinggi. Dalam era perkembangan informasi dan komunikasi saat ini, kombinasi media promosi digital terutama website sebagai pusat informasi utama dengan media sosial menjadi strategi promosi yang paling efektif bagi institusi pendidikan tinggi.

Website sebagai salah satu produk perkembangan teknologi informasi hadir sebagai solusi media promosi yang efisien, berbiaya rendah, namun memiliki jangkauan yang sangat luas. Dalam konteks promosi strategis, website

bukan lagi sekadar brosur digital statis, melainkan ekosistem informasi yang dinamis, interaktif, dan teroptimasi yang secara aktif mendukung pencapaian tujuan promosi institusi pendidikan. Platform ini mengintegrasikan teks, gambar, video, infografis, dan berbagai konten visual interaktif dalam satu wadah terpadu yang mudah diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Pemasaran digital melalui website memungkinkan perguruan tinggi untuk menampilkan konten yang relevan, seperti deskripsi program studi, beasiswa, kegiatan kampus, dan pencapaian institusi secara lebih efektif (Hafidhoh et al., 2025a). Usaha promosi melalui website yang strategis mencakup integrasi media sosial, konten visual, dan SEO untuk memperkuat citra dan meningkatkan daya tarik perguruan tinggi (Malik et al., 2026). Hampir setiap lembaga pendidikan kini memiliki situs web sebagai sarana menyampaikan informasi terkait profil, kegiatan, dan prestasi lembaga (Hafidhoh et al., 2025b). Kehadiran perkembangan teknologi dan informasi yang kuat melalui website yang teroptimasi menjadi faktor kritis dalam membangun citra dan daya saing institusi di era persaingan global.

Rancangan pengembangan website sebagai media promosi terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan informasi lembaga pendidikan (Zainul et al., 2026). Website dengan UX yang baik dapat meningkatkan engagement calon mahasiswa dan mendukung keputusan mereka untuk mendaftar ke suatu program studi (AMESHA et al., 2025). Dalam konteks ini, website yang dioptimasi dengan baik melalui pendekatan *User experience* (UX), SEO, dan integrasi media sosial, serta aksesibilitas pada

berbagai perangkat termasuk *mobile phone* menjadi fondasi digital yang kokoh bagi seluruh upaya promosi program studi. Namun demikian, keberadaan website saja tidak cukup tanpa didukung oleh kualitas konten yang baik, tampilan yang menarik, serta fungsi yang optimal. Oleh karena itu, Pengembangan web sebagai media informasi dan promosi program studi yang dilakukan oleh (Dwi Kurniawan et al.) pada *Journal of Vocational and Technical Education (JVTE)* menunjukkan bahwa website yang dikembangkan secara profesional berkontribusi signifikan dalam peningkatan peminat dan mahasiswa baru program studi.

Lebih jauh, penelitian yang dilakukan oleh (Karyawan et al., 2023) dalam Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis menunjukkan adanya pengaruh yang kuat dari kualitas website dalam membangun brand image perguruan tinggi. Peningkatan kualitas website terbukti mampu meningkatkan *brand awareness* dan citra institusi pendidikan tinggi secara signifikan, yang pada gilirannya berdampak pada kepuasan pengguna serta menumbuhkan intensi untuk kembali mengakses website tersebut. Di sisi lain, penelitian dari konteks pelatihan pengelolaan website di perguruan tinggi menggarisbawahi fakta bahwa website saat ini telah menjadi wajah digital bagi institusi resmi dalam menghadapi masyarakat digital, sehingga pengelolaan website yang baik menjadi kompetensi krusial yang harus dimiliki oleh setiap perguruan tinggi (Syamsu et al., 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan website yang dikelola secara profesional bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi perguruan tinggi dalam menjawab

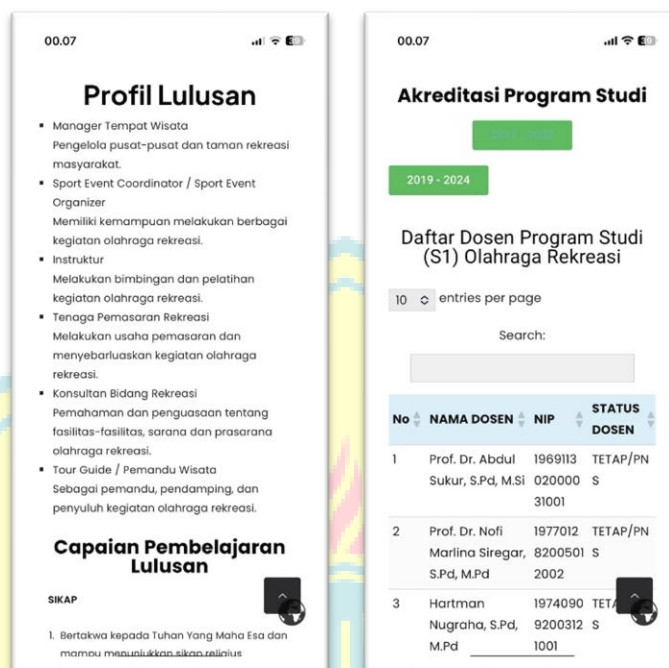
tantangan era digital. Implikasi dari temuan ini sangat relevan bagi Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ, di mana kualitas website secara langsung memengaruhi persepsi calon mahasiswa dan masyarakat terhadap kualitas dan kredibilitas program studi.

Dalam konteks calon mahasiswa sebagai pengguna utama website program studi, perilaku pencarian informasi mereka sangat dipengaruhi oleh kualitas tampilan dan kemudahan penggunaan platform digital yang mereka kunjungi. Meningkatnya penggunaan perangkat mobile di kalangan generasi muda menuntut setiap website institusi pendidikan untuk menerapkan desain yang responsif dan ramah perangkat bergerak (*mobile-friendly*), sebagaimana ditegaskan oleh Google dalam laporan *Mobile-First Indexing*-nya bahwa website yang tidak dioptimalkan untuk perangkat mobile akan mengalami penurunan peringkat signifikan pada mesin pencari, yang pada gilirannya berdampak langsung pada berkurangnya visibilitas dan jangkauan informasi program studi di hadapan calon mahasiswa potensial. Pada tataran pengembangan website program studi secara spesifik, (Apriyanti & Ramli, 2025) dalam penelitiannya tentang pengembangan website Program Studi Teknik Informatika berbasis *Progressive Web App* (PWA) yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi menemukan bahwa website program studi yang ada umumnya masih menghadapi sejumlah keterbatasan, di antaranya ketiadaan kemampuan akses yang optimal pada perangkat mobile, responsivitas yang belum memadai, serta aksesibilitas yang masih perlu ditingkatkan. Pengembangan website program studi yang teroptimasi terbukti

berhasil meningkatkan performa, aksesibilitas, dan *Search engine optimization (SEO)* secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan kondisi website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ yang juga masih menghadapi berbagai keterbatasan serupa.

Efektivitas website sebagai media promosi tidak dapat dilepaskan dari kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) yang ditawarkannya. Kuric et al. (2023) dalam penelitian mereka yang dipublikasikan di jurnal *Behaviour & Information Technology* menemukan bahwa kesan pertama pengguna terhadap sebuah website terbentuk sangat cepat dan sangat dipengaruhi oleh kualitas desain visual serta kompleksitas antarmuka yang ditampilkan. Artinya, tampilan visual, kemudahan navigasi, dan kecepatan akses bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan sudah menjadi penentu utama apakah seorang pengunjung akan bertahan menjelajahi website lebih lanjut atau langsung meninggalkannya. Dalam konteks calon mahasiswa sebagai pengguna utama website program studi, perilaku pencarian informasi mereka sangat dipengaruhi oleh kualitas tampilan dan kemudahan penggunaan platform digital yang mereka kunjungi. Lebih jauh, meningkatnya penggunaan perangkat mobile di kalangan generasi muda menuntut setiap website institusi pendidikan untuk menerapkan desain yang responsif dan ramah perangkat bergerak (*mobile-friendly*) guna meningkatkan visibilitas dan jangkauan informasi program studi di hadapan calon mahasiswa potensial.





Gambar 1. 1 Website Program Studi Olahraga Rekreasi

Kajian awal terhadap website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi yang telah ada menunjukkan berbagai keterbatasan yang perlu diatasi melalui pengembangan yang sistematis. Kesenjangan (gap) antara website program studi yang sudah ada sebelumnya dengan website baru yang akan dikembangkan menjadi landasan akademis yang kuat bagi penelitian ini. Landasan akademis tersebut mendorong setiap institusi atau lembaga pendidikan, termasuk perguruan tinggi, untuk membangun dan mengembangkan secara aktif dan strategis guna tetap relevan dan kompetitif. Kemampuan beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai instrumen strategis dalam menjalankan fungsi tridharma perguruan tinggi, termasuk di dalamnya kegiatan promosi dan pemasaran akademik. Kesenjangan antara kondisi website yang ada dengan kebutuhan promosi digital yang modern

inilah yang menjadi landasan utama sekaligus urgensi penelitian ini. Setiap institusi pendidikan tinggi dituntut untuk mampu beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai instrumen strategis, tidak hanya dalam pelaksanaan pembelajaran, tetapi juga dalam kegiatan promosi dan pemasaran akademik guna tetap relevan dan kompetitif. Oleh sebab itu, pengembangan website yang lebih baik menjadi kebutuhan yang mendesak agar informasi mengenai Program Studi S1 Olahraga Rekreasi dapat diterima secara efektif oleh calon mahasiswa dan masyarakat luas.

Pengembangan website dalam konteks penelitian ini mengacu pada kerangka pengembangan sistem informasi berbasis web yang mencakup tahapan perencanaan, desain, pengembangan, pengujian, dan evaluasi (Billah et al. 2023). Hal tersebut menjadi acuan penting dalam pengembangan website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ agar produk yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan informatif bagi penggunaannya.

penelitian ini menggunakan pendekatan *Research and Development (R&D)*, yakni suatu metode penelitian yang secara sistematis diarahkan untuk menghasilkan produk tertentu sekaligus menguji kelayakan produk tersebut secara empiris (Arrahmaniyah 2025). Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah website sebagai media promosi strategis Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ. Agar proses pengembangan berlangsung secara terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis, pendekatan R&D ini

dioperasionalkan melalui model pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*).

Berdasarkan uraian di atas, terdapat kesenjangan yang signifikan antara kondisi website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ yang ada saat ini dengan kebutuhan promosi yang modern, informatif, dan strategis. Website yang ada masih memiliki keterbatasan dari sisi desain antarmuka, kelengkapan konten multimedia, fungsionalitas, serta optimalisasi. Kesenjangan inilah yang menjadi landasan utama penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan website sebagai media promosi strategis Program Studi S1 Olahraga Rekreasi Universitas Negeri Jakarta, yang diharapkan mampu meningkatkan visibilitas program studi, memperluas jangkauan informasi kepada calon mahasiswa, serta membangun citra akademik yang kuat dan berkelanjutan di era digital.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pengembangan website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai media promosi strategis menggunakan pendekatan *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Sebagai satu-satunya program studi sejenis di Indonesia, Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ membutuhkan platform digital yang mampu menjangkau audiens yang lebih luas, baik di kalangan masyarakat umum maupun calon mahasiswa baru yang berminat di bidang olahraga rekreasi.

Pengembangan website ini diarahkan pada peningkatan tiga aspek utama, yaitu visibilitas program studi secara digital, kelengkapan dan kemutakhiran informasi akademik yang disajikan, serta kualitas pengalaman pengguna (*user experience*). Dalam rangka mencapai ketiga aspek tersebut, website yang dikembangkan akan memuat konten multimedia yang informatif dan terbaru mencakup foto dan video dokumentasi kegiatan akademik serta kemahasiswaan dengan tampilan antarmuka (UI/UX) yang modern, responsif, dan menarik bagi pengguna dari berbagai perangkat. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada menghasilkan produk website yang layak secara akademis dan efektif sebagai instrumen promosi strategis Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ.

C. Perumusan Masalah

Bagaimana pengembangan website Program Studi S1 Olahraga Rekreasi Universitas Negeri Jakarta sebagai media promosi strategis menggunakan model ADDIE guna meningkatkan informasi kepada calon mahasiswa dan masyarakat luas?

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

- a. Memperkaya literatur tentang penerapan teknologi informasi dalam promosi akademik, khususnya olahraga rekreasi sebagai cabang ilmu unik di Indonesia.
- b. Validasi Model Pengembangan ADDIE dalam Konteks Promosi Digital Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai

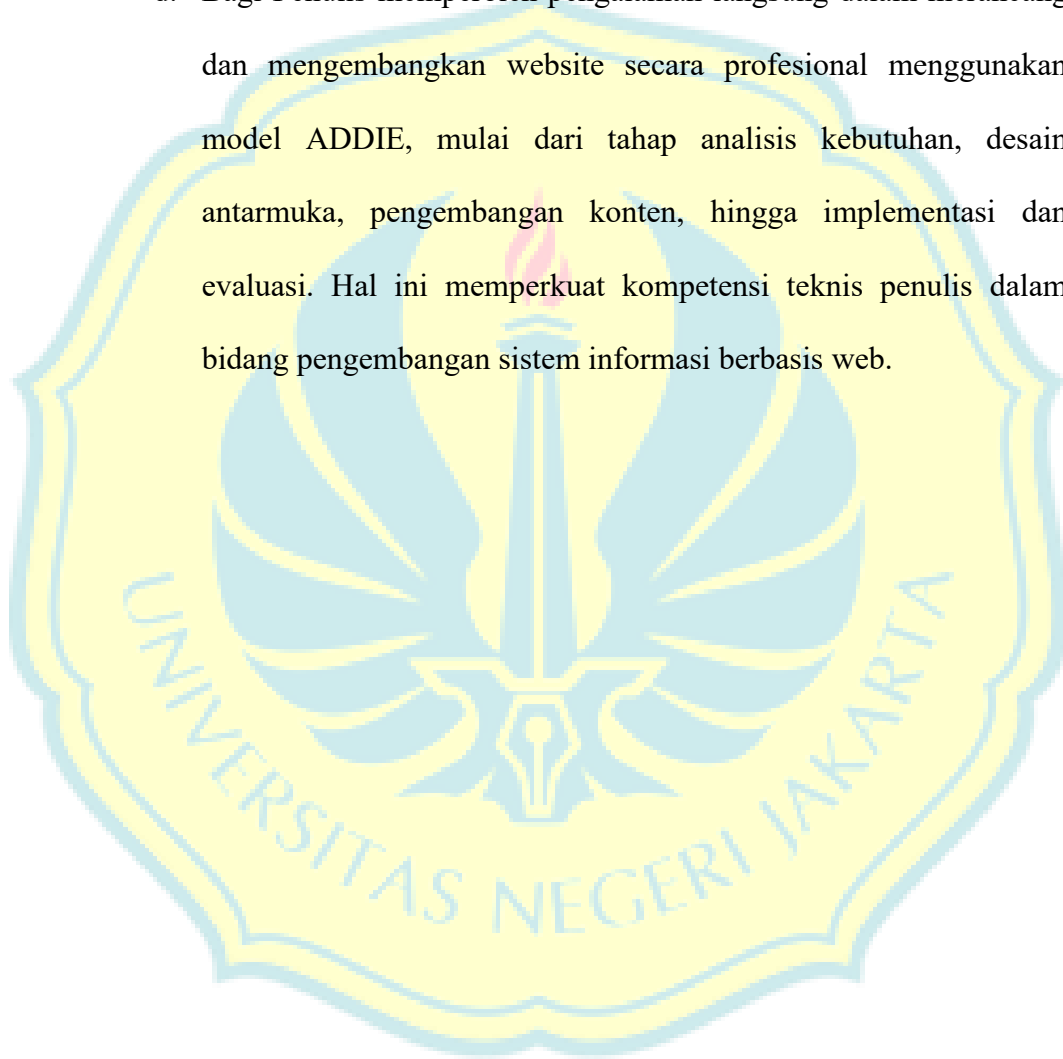
efektivitas penerapan model pengembangan ADDIE dalam menghasilkan produk website sebagai media promosi pendidikan tinggi, sehingga memperkuat landasan ilmiah penggunaan model tersebut dalam penelitian *Research and Development (R&D)* di bidang keolahragaan dan pendidikan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ Penelitian ini menghasilkan produk website yang siap digunakan sebagai media promosi strategis yang modern, informatif, dan teroptimasi. Website yang dikembangkan diharapkan mampu meningkatkan visibilitas program studi di tengah masyarakat, memperluas jangkauan informasi kepada calon mahasiswa potensial di seluruh Indonesia, serta membangun citra akademik yang kuat dan berkelanjutan di era digital.
- b. Bagi Calon Mahasiswa dan Masyarakat Umum Tersedianya website yang berkualitas akan memudahkan calon mahasiswa dan masyarakat luas dalam mengakses informasi yang lengkap, akurat, dan mutakhir mengenai Program Studi S1 Olahraga Rekreasi UNJ, sehingga mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih baik dan terinformasi dalam memilih program studi.
- c. Bagi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Hasil penelitian ini dapat menjadi model atau rujukan praktis bagi program studi lain di lingkungan UNJ dalam upaya pengembangan media promosi digital

yang efektif, efisien, dan terukur, sehingga turut berkontribusi pada peningkatan daya saing universitas secara keseluruhan di tingkat nasional maupun internasional.

- d. Bagi Penulis memperoleh pengalaman langsung dalam merancang dan mengembangkan website secara profesional menggunakan model ADDIE, mulai dari tahap analisis kebutuhan, desain antarmuka, pengembangan konten, hingga implementasi dan evaluasi. Hal ini memperkuat kompetensi teknis penulis dalam bidang pengembangan sistem informasi berbasis web.



Intelligentia - Dignitas