

## LAMPIRAN

### Transkrip Wawancara Key Informan

Yolanda Setiawati – Marketing Supervisor PT Zefa Valindo Jaya

Rizky : Hallo Selamat Pagi, Bu Yola

Yolanda : Selamat Pagi

Rizky : Hari ini saya mau izin untuk collect data dari Bu Yola keperluan penelitian saya di Kampus terkait dengan LinkedIn, boleh ya Bu?

Yolanda : Oke, boleh

Rizky : Sebelumnya, Bu Yola ini benar Supervisor Marketing PT Zefa Valindo Jaya?

Yolanda : Iya, Betul

Rizky : Kalo gitu saya izin wawancara ya, Bu. Ada beberapa pertanyaan yang saya mau tanyakan. Langsung saja ke pertanyaan pertama.  
Bu, gimana sih cara Zefa Valindo Jaya menyebarkan informasi kepada khalayak atau target audience, terkait dengan aktifitas perusahaannya?

Yolanda : Kalo selama ini kita jalankan, kita punya beberapa tools untuk menyebarkan informasi. Toolsnya itu ada dari website, juga sosial media. Sosial medianya itu sendiri PT Zefa punya beberapa, di antaranya itu ada Instagram, Facebook juga ada, Twitter juga ada dan LinkedIn juga ada. Kira kira itu sih tools yang digunakan

Rizky : Oke, berarti banyak tools social medianya itu ya, Bu?

Yolanda : Iya

Rizky : Kalau tujuannya di buat LinkedIn itu apasih Bu di PT Zefa sendiri?

Yolanda : Kalau tujuan awalnya kita buat seperti yang kita tau kalau di LinkedIn itu memebnya banyak dari kalangan professional dan juga kita punya perusahaan itu target marketnya memang industry. Jadi, kita buatkan sosial media yang langsung menargetkan ke professional di bidang industri. Jadi dibandingkan dengan sosial media lain LinkedIn ini yang cukup trusted membangun image perusahaan

Rizky : Oke, berarti biasanya informasi apa Bu yang dipublikasikan di LinkedIn ini?

Yolanda : Kalau LinkedIn kita semua aktifitas perusahaan sih. Termaksud kita sharing tentang produk kita, layanan kita ataupun misalnya ada pengumuman penting terkait perusahaan atau juga hanya sekedar pencarian karyawan misalnya. Kita juga posting informasinya itu di LinkedIn. Jadi hampir semua yang berkaitan dengan perusahaan kita biasanya pasti posting dan publisitas di LinkedIn

- Rizky : Pesan yang diharapkan dari setiap postingannya ada tidak, Bu? Atau apa?  
Yolanda : Yang pasti pertama kalau kita posting itu, kita pinginnya mendapatkan awareness ya dari anggota-anggota LinkedIn khususnya yang professional dan berhubungan dengan target pasar kita. Yang kita harapkan juga, Ketika posting informasi tentunya anggota yang melihat postingan kita bereaksi terhadap postingan kita. Misalnya kita posting mengenai produk layanan yang kita harapkan selanjutnya viewers kita akan mengarah ke website kita, melihat produk-produk kita dan tujuan akhirnya bisa kita jadikan prospect dan customers. Seperti itu.
- Rizky : Oke, berarti sejauh ini penyebaran informasi melalui LinkedIn sudah cukup tersampaikan ya, Bu?  
Yolanda : Kalau sejauh ini sudah cukup tersampaikan tapi kalau dibilang maksimal, belum terlalu maksimal
- Rizky : Berarti, musti perlu dikembangkan lagi itu ya, Bu?  
Yolanda : Iya
- Rizky : Misalkan target audience atau khalayak sasaran mendapatkan informasi melalui LinkedIn apa yang kemudian dilakukan oleh PT Zefa? Sorry bu, maksudnya kalau tidak mendapatkan informasi melalui LinkedIn  
Yolanda : Oke baik. Memang jujur kalo kita liat kaum-kaum professional itu mungkin hectic dengan pekerjaannya dan mungkin tidak memiliki waktu untuk membuka LinkedIn. Jadi selain menyebarkan informasi dari LinkedIn kita juga menyebarkan informasi melalui sosial media yang lain dan juga website perusahaan pastinya.
- Rizky : Oke, Media pendukungnya memang banyak ya, Bu?  
Yolanda : Iya, banyak dan terkoneksi satu sama lain
- Rizky : Lalu, tidakan audience seperti apa yang Bu Yola harapkan setelah target audience ini membaca informasi yang disebarkan melalui LinkedIn?  
Yolanda : Tindakan audience yang kita harapkan tentunya sesuai dengan informasi yang kita sebar. Bila kita menyebarkan informasi mengenai produk layanan kita tentunya yang kita harapkan viewernya itu akan aware dan memahami bahwa mereka seperti membutuhkan produk dan jasa kita. Kemudian rasa penasaran mereka semakin meningkat dan semakin serius. Kita bisanya mengarahkan ke website kita karena bisanya informasi yang kita sebar di LinkedIn pasti kita sertakan link website perusahaan. Yang kita harapkan, viewers mengarah ke website kemudian dia membaca produk dan jasa-jasa kita, semakin yakin bahwa itu yang mereka butuhkan dan akhirnya mereka akan menghubungi kita baik itu dari nomer telpon

perusahaan ataupun melalui customer service online yang kita fiturkan di website kita. Seperti itu

Rizky : Selama menggunakan LinkedIn atau sebagai user LinkedIn perusahaan, selama ini menemukan masalah?

Yolanda : Kalau masalah tidak tapi mungkin untuk hasilnya masih naik turun. Jadi terkadang ada informasi yang kita upload tapi jangkauan views-nya itu kurang banyak hanya dimasalah postingan saja sih. Kadang banyak, kadang sedikit yang melihat. Kalau masalah yang signifikan belum ada sih.

Rizky : Pernah tidak mendapatkan pelanggan dari LinkedIn?

Yolanda : Kalau untuk mendapatkan pelanggan sejauh ini pernah pastinya. Terutama Ketika kita posting tentang produk dan jasa kita, kita kan pasti selalu sertakan link ke website perusahaan atau link google form. Kita bisanya membuat google form. Jadi Ketika viewers merasa itu kebutuhan yang tepat untuk mereka, mereka pasti akan langsung klik link google form yang kita sertakan dan langsung mengisi sesuai dengan kebutuhan mereka. Ada beberapa viewers dan pengunjung dari LinkedIn kita yang sudah menjadi customer existing di kita

Rizky : Selama Ibu menjadi user atau pengguna LinkedIn perusahaan Zefa, menurut ibu ada tidak evaluasinya? Atau apa yang harus di evaluasi kembali dari LinkedIn ini?

Yolanda : Sejauh ini kalau yang saya lihat dan hasil evaluasi yang dilakukan untuk mendapatkan viewer atau angagement yang baik tentunya kita harus menyesuaikan informasi produk dan jasa kita dengan target market kita sih. Dan harus mengupload postingan rutin. Seperti itu

Rizky : Terakhir Bu Yola. Adakah rencana ke depan untuk pengembangan LinkedIn PT Zefa ini?

Yolanda : Kalau untuk rencana kita ke depan tentunya untuk halaman perusaan di LinkedIn PT Zefa, kita mau meningkatkan followersnya dulu atau pengikut. Sehingga Ketika kita memposting informasi, maka jangkauannya lebih luas. Kemudian juga akan memaksimalkan kualitas isi konten kita sehingga lebih relevan lagi ke pengunjung dan target market kita. Kira-kira rencana ke depannya sejauh ini, itu sih.

Rizky : Oke kalo gitu. Sukses untuk Bu Yolanda, timnya dan PT Zefa ya Bu. Terima kasih sudah meluangkan waktunya.

Yolanda : Terima kasih kembali

Yolanda Setiawati  
*Key Informan*

**Transkrip Wawancara Informan**

Andrew Ferdinan Ginting – CEO/Director PT Adhi Berkah Selaswana

Rizky : Hallo Pak Andrew Selamat Pagi

Andrew : Iya Selamat Pagi

Rizky : Maaf saya mengganggu waktunya sebentar Pagi ini untuk wawancara

Andrew : Boleh, Bu

Rizky : Pak Andrew, untuk validasi data. Ini benar Pak Andrew Ferdinan Ginting dari PT Adhi Berkah Selaswana dan Jabatannya Owner, ya Pak?

Andrew : Iya, benar sekali

Rizky : Bisa ceritakan sedikit PT Berkah Adhi Selaswana ini bergerak di bisnis apa?

Andrew : PT Berkah Adhi Selaswana sudah berdiri kurang lebih hampir 2 tahun. Untuk line bisnisnya di bidang pendingin, bahasa mudahnya AC. Jadi AC sendiri kami menyediakan unitnya sampai spare part dan consumablenya kami juga supply dan untuk project di pabrik dan Rumah Sakit, dll kami juga mengerjakannya.

Rizky : Jadi fokusnya ke AC dan barang-barang pendingin, gitu ya Pak?

Andrew : Ya, betul sekali

Rizky : Pak Andrew, saya izin untuk ambil data Pak Andrew sebagai followers LinkedIn PT Zefa sebagai bahan penelitian saya di kampus, ga apa apa ya pak?

Andrew : Ohya, boleh, ga masalah

Rizky : Kalau boleh tahu, Pak Andrew menghabiskan waktu untuk mengakses internet baik google atau sosial media, itu berapa lama sehari?

Andrew : Kurang lebih kisaran 2-3 jam

Rizky : Cukup lama ya, Pak?

Andrew : Karena kadang kita searching informasi, kadang juga kalo lagi rilex kita searching-searching media sosial seperti biasa kan bu

Rizky : Kalau boleh tau, Pak. Pak Andrew kan followers akun LinkedIn PT Zefa, tau akun PT Zefa dari mana, Pak?

Andrew : Oiya, saya tahunya dari salah satu Sales Manager yang ada di Zefa ya, Namanya Pak Octa, jadi beliau sempat share ternyata ada LinkedIn-nya. Jadi sempat connect ya, kalau bahasa LinkedIn kan connect ya. Jadi sempet connect dengan PT Zefa

Rizky : Jadi emang punya relasi terlebih dahulu dengan Manager Sales di Zefa, ya Pak?

Andrew : Iya, benar bu

Rizky : Kenapa atau Apa yang membuat Pak Andrew tertarik sampai follow akun perusahaan Zefa? Selain karena Pak Andrew berelasi dengan Pak Octa, Sales Manager

Andrew : Selain itu kenapa follow, ya mungkin ada beberapa bisnis yang saling berkaitan ya bu, karena kan kita marketnya sama jadi bisa saling support dalam bisnis. Mana tau ada yang membutuhkan water treatment karena Zefa sendiri bergerak di bidang Water Treatment sehingga bisa saling kolaborasi kedepannya. Dan juga ada beberapa informasi yang sering di share oleh mungkin tim Digital Marketing dari Zefa ya informasi dan pengetahuan yang cukup bagus, jadi kita bisa menambah wawasan juga walaupun bukan di bidang kita

Rizky : Oke, tapi berarti Sebagian Zefa dan Perusahaan Pak Andrew punya scope bisnis yang sama ya, Pak?

Andrew : Scope bisnis mungkin agak sedikit berbeda cuma marketnya hampir sama

Rizky : Pak Andrew, dari melihat akun Zefa apakah Pak Andrew tertarik karena Pak Andrew kan juga Owner dan Pelaku Bisnis, Pak Andrew sendiri tertarik tidak untuk membuat akun LinkedIn di Perusahaan Pak Andrew?

Andrew : Ohya, memang sangat tertarik ya. Sebagai informasi kami juga sudah membuat/daftar akun di LinkedIn, karena kami piker disana memang tempatnya untuk sharing pekerjaan, bisnis, dan lain lain ya. Jadi cukup bagus lah ya LinkedIn tersebut

Rizky : Jadi perusaannya Pak Andrew sekarang juga sudah punya LinkedIn, ya Pak?

Andrew : Ya, sudah ada

Rizky : Oke. Pak Andrew, selama menjadi followersnya PT Zefa biasanya informasi apa yang sering Pak Andrew dapetin dari akun Zefa?

Andrew : Oh dari aku Zefa sendiri sih memang setiap ada hari raya selalu ada update ya. Baik itu tahun baru, natal, dan lain lain ya. Selalu ada update ucapan seperti itu dan beberapa kali saya liat ada sharing mengenai produk-produknya yang sempat saya jelaskan di awal tadi. Produk-produk baik dari water treatment dan project-project yang dikerjakan, pengalamannya, foto-foto timnya, karyawannya. Cukup luar biasa sih

Rizky : Jadi sebenarnya informasi yang diberikan Zefa di akun LinkedIn itu termaksud membantu aktifitas Pak Andrew? Atau memberikan informasi yang bermanfaat

- buat Pak Andrew, tidak?
- Andrew : Kalau informasi cukup membantu lah ya. Jadi kita tau bisnis di water treatment seperti ini, market lagi sedang bergerak kemana. Jadi menambah informasi juga
- Rizky : Berarti informasi yang di share di akun PT Zefa ini sudah jelas, ya?
- Andrew : Kurang lebih sudah jelas kalau untuk yang di sharing
- Rizky : Misalnya, in case ada yang postingan oleh PT Zefa tapi kurang jelas menurut Pak Andrew. Biasanya melakukan apa untuk menggali informasinya lagi?
- Andrew : Kembali lagi karena awalnya saya mengetahui ini dari Pak Octa sehingga saya kalau ada yang sedikit bingung dari postingannya, biasanya saya langsung wa beliau sih
- Rizky : Oh, karena udah punya relasi terlebih dahulu ya, Pak?
- Andrew : Betul
- Rizky : Pertanyaan terakhir, dari melihat LinkedIn Zefa dan Pak Andrew sendiri di perusahaannya kan memiliki LinkedIn ya. Menurut Pak Andrew, apa yang harus di evaluasi atau apa yang harus dikembangkan dari akun LinkedIn-nya Zefa?
- Andrew : Untuk evaluasi ya saya pikir cukup sudah baik ya. Cuma untuk tambahan saya, mungkin selain update informasi, knowledge dan lain lain. Dari tim kreatif dan digital marketing Zefa bisa menggali informasi juga peluang-peluang pekerjaan dari LinkedIn. Sehingga bisa di share ke tim sales yang ada di Zefa itu sendiri. Saya pikir begitu.
- Rizky : Oke kalau begitu, Pak Andrew. Sekian wawancara hari ini. Terimakasih banyak sudah mengganggu waktunya dan silahkan beraktifitas kembali. Terimakasih

Andrew Ferdinan Ginting  
*Informan*

**Transkrip Wawancara**

Mario Pratama – Infra & DevOps Staff PT Global Loyalti Indonesia

Rizky : Hallo Pak Mario

Mario : Hallo

Rizky : Pak Mario hari ini saya izin wawancara ya Pak

Mario : Iya

Rizky : Pak Mario dari PT Global Loyalti Indonesia, betul?

Mario : Iya

Rizky : Langsung saja saya mulai wawancaranya, boleh Pak?

Mario : Silahkan

Rizky : Sebelumnya Pak Mario di PT Global Loyalti ini jabatannya apa Pak?

Mario : Kebetulan saya Infra, Staff Infra dan DevOps IT

Rizky : Pak, kalau boleh tau bisanya dalam sehari itu Bapak akses internet berapa lama dalam sehari?

Mario : Kalau sehari karena saya orang IT ya, jadi mungkin hamper di atas 15 jam ya

Rizky : Berarti hampir seharian tuh Pak

Mario : Iya betul

Rizky : Pak Mario punya akun LinkedIn?

Mario : Punya

Rizky : Followers akun LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya, ya Pak?

Mario : Iya, kebetulan follow

Rizky : Kalo boleh tau, dari mana Pak Mario tau akun LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya

Mario : Waktu itu pernah ngeliat sih di postingan di salah satu akun yang produk-produk water treatment gitu

Rizky : Berarti yang membuat Pak Mario tertarik untuk follow akun PT Zefa ini, apa tuh Pak?

Mario : Waktu itu kan kita covid ya, jadi kaya sirkulasi udara yang bagus di dalam ruangan kaya gimana sih, supaya udara bebas dari virus, gitu lah

Rizky : Oke. Menurut Pak Mario, Social Media atau Platform seperti LinkedIn ini menarik

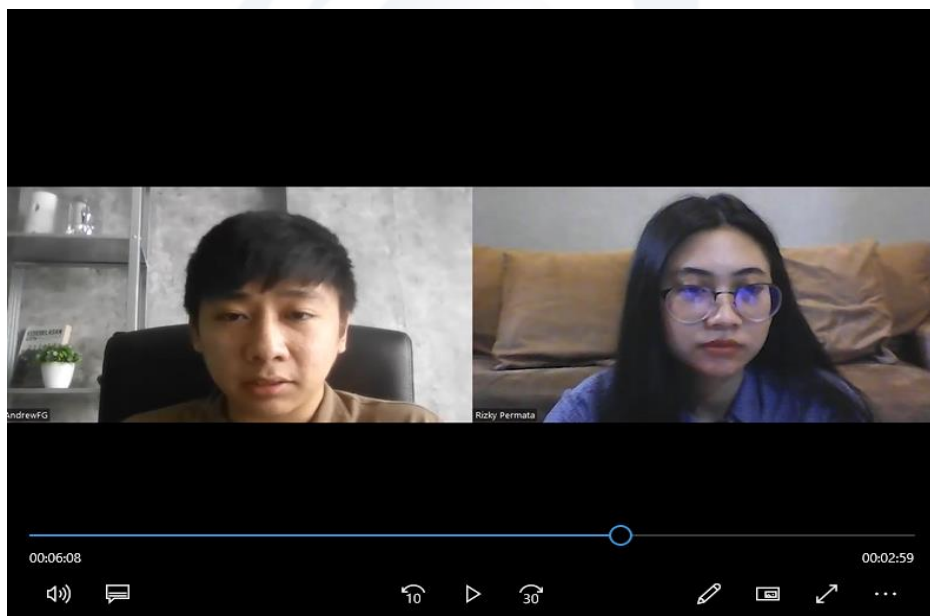
- tidak sih buat beromunikasi atau menyebarkan informasi apalagi untuk perusahaan Pak Mario atau perusahaan tempat Pak Mario kerja sekarang?
- Mario : Iya, Jelas itu
- Rizky : Karena?
- Mario : Karena disitu kan banyak informasi-informasi. Terutama untuk lowongan kerja, lalu untuk rekan bisnis, lalu untuk cari informasi produk-produk. Ya gitu sih
- Rizky : Terkait LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya itu cukup membantu Pak Mario untuk mendapatkan informasi tidak?
- Mario : Hmm.. Cukup sih
- Rizky : Misalnya informasi apa?
- Mario : Tentang yang tadi saya bilang itu, water dan air treatment itu, produk-produknya sih
- Rizky : Menurut Pak Mario, informasi yang disampaikan itu atau yang di posting PT Zefa di akun LinkedIn-nya apakah cukup jelas tersampaikan jika audience membacanya?
- Mario : Cukup sih. Kaya waktu itu pernah memberikan informasi apakah ruangan tertutup bebas polusi atau tidak. Gitu sih
- Rizky : Berarti cukup memberikan informasi yang jelas ya, Pak?
- Mario : Iya
- Rizky : Kalo misalnya Pak Mario menemukan informasi yang belum cukup jelas di LinkedIn baik itu di aku Zefa atau di LinkedIn yang Pak Mario liat itu biasanya Pak Mario melakukan apa?
- Mario : Kalau belum jelas ya?
- Rizky : Iya
- Mario : Mungkin cari referensi lain. Selain di LinkedIn juga sekarang tiktok lagi ini banget ya
- Rizky : Oiya betul
- Mario : Jadi mungkin dari Tiktok, dari Instagram atau browser aja dari google
- Rizky : Oke. Kalau Pak Mario liat akun LinkedIn Zefa. Apakah Pak Mario tertarik membuat akun LinkedIn untuk keperluan bisnis Pak Mario jika Bapak punya bisnis?



- Mario : Oiya jelas. Salah satunya di LinkedIn
- Rizky : Kenapa?
- Mario : Ya arena di LinkedIn kan jatuhnya kaya media sosial professional gitu ya. Tidak kaya Instagram. Lebih ke arah professional lah, membangun karir, profil perusahaan
- Rizky : Pak Mario kan followers akun LinkedIn Zefa nih Pak. Dari melihat akun LinkedIn Zefa atau yang di posting. Kira-kira ada masukan untuk dikembangkan?
- Mario : Untuk akun Zefa ya. Mungkin ini lebih sering aja postingnya, misalnya seminggu 2 kali
- Rizky : Kalau dari design nya?
- Mario : Zefa in ikan jatuhnya pabrik ya bukan start up. Mungkin bisa contoh yang start up biar lebih menarik
- Rizky : Kalau begitu cukup wawancaranya, terimakasih atas waktunya Pak

Mario Pratama  
*Informan*

## DOKUMENTASI



- Wawancara dengan *Key Informan*, Yolanda Setiawati dilakukan *face to face* pada 03 Januari 2023. Dibuktikan dengan rekaman suara dan foto
- Wawancara dengan *Informan*, Andrew Ferdinan dilakukan online via zoom pada 02 Januari 2023. Dibuktikan dengan rekaman suara dan rekaman video
- Wawancara dengan *Informan*, Mario Pratama dilakukan dilakukan *face to face* pada 24 Desember 2022. Dibuktikan dengan rekaman suara