

LAMPIRAN

Key Informan 1

Nama : Mieky Sancrajaya
 Jabatan : Senior IT
 Perusahaan : Petrotec Air Power

1. Seberapa Pentingkah Melakukan Komunikasi Perusahaan Melalui *Website* Kepada Para Publiknya?

Didalam suatu perusahaan pastinya komunikasi itu kan menjadi elemen yang sangat penting, dimana nantinya hal tersebut itu dapat membentuk kehidupan bersosialiasi kita menjadi yang lebih baik, terus juga dalam sebuah bisnis komunikasi juga kan menjadi salah satu faktor yang penting juga dalam keberhasilan pencapaian usaha kan gitu, dimana melalui komunikasi juga semua informasi yang dibutuhkan oleh customer nantinya kan bisa dapat kita penuhi gitu.

2. Bagaimana Bisa Dikatakan Efektif Melakukan Komunikasi Perusahaan Melalui *Website*?

Kalau sejauh ini si efektifitas penggunaan *website* perusahaan kami ini jauh lebih efektif jika dibandingkan media konvensional, karena secara zaman era sekarang ini ya, *digital marketing* kan menjadi salah satu strategi *marketing* perusahaan yang sudah banyak dilakukan di zaman sekarang gitu, jadi yang sebelumnya masyarakat atau perusahaan-perusahaan melakukan pemasarannya melalui atau menggunakan metode konvensional, sekarang itu lebih beralih ke era *digital*.

3. Apakah Penggunaan Media Komunikasi *Website* Lebih Efisien Jika Dibandingkan media komunikasi lainnya?

Lebih efisien, karena kebetulan di PAP ini salah satu caranya memang lewat *website* dibandingkan media konvensional, sekarang lebih ke *website* karena kan lebih gampang menawarkan ke *customer*, *customer* juga lebih mudah, tidak perlu media konvensional secara *door to door* lagi, jadi dengan cara buka *website* PAP mereka bisa mengetahui produk yang kita jual dan produk apa aja yang kita tawarkan, juga ada menu tanya jawabnya kan di *website* perusahaan kami. Jadi bisa melakukan Tanya jawab juga melalui *website*. Kegiatan komunikasi melalui *website* memang penting, karena customer atau audiens gitu yang mengakses *website* kami kan jadi mengetahui apa saja produk yang kita jual gitu kan, apasih *compressor* yang ada nih di PAP, terus spesifikasinya yang dibutuhkan udah sesuai belum sama customer kaya gitu.

4. Kendala Apa Yang Dialami Ketika Melakukan Perancangan Komunikasi Melalui *Website*?

Kayanya belum ada ya, kendala yang gimana-gimana belum ada sih sejauh ini masih aman-aman saja sih.

5. Tipe Khalayak Seperti Apa Yang Dijadikan Sebagai Sasaran Komunikasi Perusahaan Melalui *Website* Tersebut?
 Itu sih pihak-pihak industri ya. Kalau dari saya sih sebagai senior IT disini itu gimana bahan yang sudah disiapkan sama tim lapangan, tim teknisi dan tim sales itu biasanya dikasih ke saya nih materinya gitu, dan bahan-bahan materi yang sudah dipersiapkan sama temen-temen di lapangan saya kasih ke *top management*, nah setelah kita dapat *approval* dari *top management* baru kita publikasi di *website*.”
6. Bagaimana Tindakan Komunikasi Melalui *Website* Memberikan Pengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan?
 Hmm *website* sangat berpengaruh dong, karena *website* itu kan sekarang menjadi dasar media-media bisnis atau perusahaan di era zaman sekarang ya, lebih mudah kayanya. Masyarakat zaman sekarang tuh lebih condong menggunakan media sosial atau media-media *online* gitu, jadi tentunya perusahaan melakukan komunikasi melalui *website* ya menjadi lebih mudah untuk berhubungan, misalnya membangun kepercayaan *customer* untuk menggunakan produk yang dijual, terus *customer* juga lebih mengetahui informasi mengenai produk-produk yang kita jual.
7. Siapa yang memiliki kendali pada *website*?
 Iya saya (ibu mikey)
8. Siapa Yang memiliki Hak Cipta?
 Iya saya (ibu mikey)
9. Informasi Seperti Apa Yang Dijadikan Fokus Perusahaan Dalam Melakukan Penjualan atau Promosi Dalam *Website*?
 Pertama itu pastinya fitur-fitur produk yang kita jual kita jelaskan, seperti itu sih tentu agar para publik mengetahuinya, terus di perusahaan kan ada berbagai jenis *compressor* kita disitu kita berusaha menampilkan gambar-gambar *compressor* terus spesifikasinya, terus *detail* produknya dapat kita sampaikan kepada pelanggan dan calon pelanggan.
10. Apa Pentingnya Berita-berita Yang Dipublikasikan Dalam *Website* Perusahaan?
 Ya sangat penting, karena customer atau audiens gitu yang ngeliat *website* kami kan jadi mengetahui apa sih produk yang kita jual gitu kan, apasih *compressor* yang ada nih di PAP, terus spesifikasinya yang dibutuhkan udah sesuai belum sama customer kaya gitu, ya sangat penting dong pastinya, karena kan disitu kita selain ada gambar *sparepart* dan *unit compressor* kita juga ngejelasin detail produknya kan jadi pasti penting.
11. Harapan Apa Yang Dimiliki Oleh Perusahaan Dengan Dilakukannya Komunikasi Melalui *Website* Perusahaan?
 Harapannya ya pastinya dengan adanya pengiklanan atau penjualan lewat *website* tentunya ya diharapkan perusahaan jauh lebih banyak ya penjualannya karena semua orang kan atau semua perusahaan kan lebih mudah gitu ngeliat *website* kami terus menjelaskan informasi-informasi yang ada di perusahaan kami terus tampilan-tampilan *website* yang menarik mereka sudah tertarik mas.

12. Persepsi Khalayak Seperti Apa Yang Diinginkan Ketika Membuat Konten-Konten Dalam *Website* Tersebut?
Yang diharapkan pastinya ya apa yang kita sampaikan nantinya informasinya dapat sampai kepada customer, terus dari sisi customer apa yang dibutuhkan olehnya bisa memahami informasi-informasi tersebut melalui *website*, dengan melihat *website* diperkirakan mereka sudah mengetahui secara detail gitu sih.
13. Evaluasi Seperti Apa Yang Dilakukan Perusahaan Perihal Kegiatan Komunikasi Melalui *Website*?
Biasanya sih kita tiap 4 bulan sekali itu akan ada update ya mengenai produk-produk atau konten-konten yang kita akan share di *website* itu tergantung aktivitas apa yang akan kita buat, biasanya akan ada meeting. Untuk update berkala sendiri tergantung konten yang didapatkan oleh tim lapangan.
14. Bagaimana Memilih Foto Yang Ditampilkan?
Ya pastinya yang paling menarik lah yang paling bagus. Karena itu kan memberikan pemahaman yang berbeda terhadap khalayak. Selain isi konten yang baik, juga foto ikut merepresentasikan informasi itu sendiri atau mendukung isi pesan yang akan disampaikan.
15. Tema *website* apakah merepresentasikan nilai perusahaan?
Iya merepresentasikan perusahaan dari warnanya
16. Manfaat Apa Yang Didapatkan Ketika Menggunakan *Website* Dalam Melakukan Komunikasi Penjualan atau Promosi Perusahaan?
Manfaatnya *website* kan bisa membantu perusahaan atau *brand* nih dalam meningkatkan layanan terhadap perusahaan, pastinya dapat membantu target penjualan juga kan bisa *customer* liat-liat produk di *website* dan pada akhirnya melakukan pembelian gitu.

Key Informan 2

Nama : Awal Wiratmo
 Jabatan : *Product Support*
 Perusahaan : Petrotec Air Power

1. Apa Harapan Perusahaan Dengan Dilakukannya Kegiatan Komunikasi Melalui *Website*?
Harapannya adalah supaya pada user, dalam hal ini petrotec kan usernya adalah industri, orang industri yang mereka itu interaksinya dibatasi salah satunya adalah saat kondisi pandemi covid 19 lalu. Jadi mereka bisa di *supply* oleh perusahaan Petrotec Air Power. Harapan pertama, mereka calon pembeli mereka akan tahu dengan *browsing* di internet. Kedua, pembeli yang sudah rutin melakukan pembelian mereka akan lebih tahu bahwa Petrotec juga tidak hanya eksis di dunia nyata melainkan juga di dunia maya.

2. Apakah Penting Melakukan Kegiatan Komunikasi Perusahaan Pada Khalayak Melalui *Website*?
Ya sangat penting sekali, bisa mengukuhkan suatu eksistensi suatu perusahaan itu dimata *customer*, artinya customer akan melihat tidak hanya barang itu terpasang dilapangan, terutama di zaman teknologi sekarang ya, *customer* itu akan melihat ketika dia buka di halaman internet suatu *brand* itu muncul disitu, itu menunjukkan bahwasanya perusahaan atau *brand* itu eksis, nah web ini juga bisa menunjukkan eksistensi perusahaan. Karyawan bisa melakukan login di *website* perusahaan untuk melihat spesifikasi dan harga suatu produk. Dan karyawan bisa mengetahui stock barang pada *website* perusahaan tersebut. Akan tetapi karyawan tidak bisa merubah ataupun meginput. *Websitenya* sendiri menceritakan secara umum apa yang perusahaan bisa berikan atau apa yang perusahaan miliki. Termasuk produknya apa, *workshop* dimana, asetnya apa saja yang bisa diketahui secara umum adalah itu.
3. Manfaat Apa Yang Didapatkan Bagi Pihak Perusahaan Ketika Menggunakan *Website* Sebagai Media Penjualan atau Promosi Perusahaan? Banyak manfaatnya ya, salah satunya pelanggan itu tahu bahwasanya petrotec menyediakan berbagai barang apa saja, kedua memudahkan calon pelanggan untuk lebih mengetahui produk yang dijual oleh petrotec. Memberikan informasi yang lengkap kepada publik.
4. Apakah Media Komunikasi Seperti *Website* ini Dijadikan Sebagai Media Utama Dalam Melakukan Penjualan atau Promosi Perusahaan? Untuk sekarang dijadikan media utama, karena *website* itu dapat memberikan pengetahuan akan produk secara lebih mendetail kepada khalayak, seperti launching produk, teknologi pada produk. Adanya sistem ERP untuk karyawan saling berkomunikasi mengenai proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan, seperti pengiriman produk.
5. Apakah Kegiatan Komunikasi Perusahaan Melalui *Website* Dikatakan Lebih Efisien? Di *website* lebih efisien, diibaratkan melakukan menebarkan jaring, jadi *website* dijadikan media penunjang perusahaan dalam melakukan penjualan selain melakukan penjualan secara langsung atau bertemu secara tatap muka untuk mejelaskan produk kepada para customer. Nah melalui *website* lebih efektif dalam segala situasi untuk melakukan komunikasi dengan khalayaknya, seperti untuk melakukan pelayanan penjualan dari pagi, siang, sore, malam bisa lah. Salah satunya Petrotec melakukan update konten ISO pada 22 september 2022 kemarin, jadi petrotec telah berhasil mendapatkan sertifikat ISO. ISO itu untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki standarisasi dalam berbisnis sesuai dengan standar internasional, kan ISO itu *International Standar Organization*. Ini juga untuk menunjukkan eksistensi perusahaan Petrotec.
6. Apakah Penggunaan Media *Website* Perusahaan Sudah Dimaksimalkan? Belum lah belum sempurna, dan itu kan setiap 4 bulan sekali pasti ada perubahan dalam *website* terkait konten yang ada di web. Ya itu untuk

- meningkatkan penggunaan web, efektifitas web dalam media pemasaran, kita melakukan komunikasi dengan pelanggan.
7. Apakah *Website* Perusahaan Cukup Mudah Untuk Diakses?
Sudah cukup mudah ketika mengakses *website*.
 8. Seberapa Mahir Pihak Perusahaan Menggunakan Media Digital Seperti *Website* Tersebut?
Mahir sekali karena dia memang salah satunya karyawan yang melakukan kontrol terhadap *website* yang dimiliki perusahaan.
 9. Tipe Khalayak Seperti Apa Yang Dijadikan Sasaran Komunikasi Perusahaan Melalui *Website*?
Khalayak yang dijadikan bidikan yaitu adalah pelaku industri di wilayah Indonesia, karena Petrotec sendiri memiliki beberapa cabang, di seluruh Indonesia ada 14 cabang di seluruh Indonesia.
 10. Bagaimana Bisa Komunikasi Yang Dilakukan Perusahaan Melalui *Website* Memberikan Pengaruh Terhadap Reputasi Yang Dimiliki Perusahaan?
Bisa mempengaruhi reputasi perusahaan, karena kan gini ya, ini zaman teknologi orang itu akan lebih percaya, ketika melakukan suatu proses penjualan kepada mereka tentunya mereka melakukan *check* di internet kan, apakah benar atautkah tidak seperti yang dilakukan oleh orang sales tersebut. Internet itu memang salah satu untuk mengokohkan eksistensi suatu perusahaan
 11. Informasi Seperti Apa Yang Dijadikan Fokus Utama Perusahaan Dalam Melakukan Brandingnya Melalui *Website*?
Fokus kepada komunikasi Informatif dan Edukatif, pembuatan konten di web cenderung pada konten yang informatif dan edukatif, seperti menjelaskan mengenai keberhasilan dari perusahaan, dan menjelaskan beberapa kasus yang perlu ditangani dengan produk-produk kita. Sejarah keberhasilan itu diceritakan di web.
 12. Persepsi Khalayak Seperti Apa Yang Diinginkan Oleh Perusahaan?
Khalayak mengetahui keahlian yang dimiliki perusahaan, dan khalayak tahu perusahaan menyediakan berbagai alat compressor tersebut dengan berbagai keberhasilan yang dilakukan perusahaan.
 13. Langkah Persuasif Seperti Apa Yang Dilakukan Perusahaan Melalui *Website* itu?
Memberikan informasi apa yang kita jual, perusahaan menyediakan informasi mengenai hal-hal yang perusahaan bisa berikan yang tentunya para kompetitor susah untuk melakukannya, akan tetapi perusahaan Petrotec bisa terkait dengan penjualan alat compressor.
 14. Siapa Saja Yang Memiliki Kendali Terhadap *Website* Perusahaan?
Mbak Mieky, Senior IT.
 15. Siapa Yang Memiliki Hak Cipta?
Tetap kekuasaan tertinggi itu ada di direktur, tapi yang bisa melakukan perubahan itu adalah dari pihak IT. IT pun ketika melakukan perubahan melakukan persetujuan dari ibu direktur. Jika telah disetujui oleh direktur, pihak IT barulah melakukan perubahan pada *website* tersebut.”
 16. Apakah Tema Dari Desain *Website* Merepresentasikan Perusahaannya?

Iya biasanya kalau perusahaan itu simbol yang dimunculkan adalah simbol dan mencerminkan ciri khas perusahaan.

17. Bagaimana Pendapatmu Akan Fitur-Fitur Yang Tersedia Dalam *Website*?
Website dijadikan referensi terdekat orang mengetahui produk kita, tetap pihak perusahaan harus melakukan komunikasi secara langsung untuk memberikan pemahaman lebih kuat. Karena dalam proses penjualan pun ketika calon pelanggan telah melihat informasi pada *website* tentunya mereka akan melakukan *contact* untuk bertanya-tanya kepada pihak perusahaan (*interview*) setelah mereka yakin barulah mereka melakukan pembelian, dari pengalaman dapat dipastikan bahwa harus ditegaskan lagi melalui *interview* (tatap muka) agar mereka tertarik melakukan pembelian.

Informan 1

Nama : Ennrill Tommy Febrian

Sebagai : Konsumen *Oil and Gas*

1. Seberapa Pentingkah Melakukan Komunikasi Perusahaan Kepada Khalayak?
 Sangat penting, karena dengan informasi yang detail khalayak dapat mengetahui nilai suatu produk yang dijual oleh perusahaan tersebut.
2. Menurut Anda, Manfaat Apa Yang Didapatkan Ketika Melakukan Komunikasi Penjualan Suatu Perusahaan Melalui *Website*?
 Kita dapat mengetahui dan membandingkan produk apa yang tepat untuk digunakan. Jadi bisa membandingkan produk produk serupa yang terbaik. Lebih gampang jika menggunakan *website* tinggal searching di google.
3. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Komunikasi Penjualan atau Promosi Produk Petrotec Melalui *Websitenya*?
 Petrotec menyediakan *website* yang mengandung informasi-informasi dengan spesifikasi teknis yang komprehensif sehingga kita dapat mudah mengetahui fungsi dari produk-produk tersebut.
4. Apakah Komunikasi Perusahaan (Petrotec) Melalui *Website* Mempengaruhi Reputasi Yang Dimiliki Perusahaan?
 Iya dong, tapi tergantung dari desain *websitenya*, detail apa ngga, informasi yang dibutuhkan oleh kita sebagai user harus ada di website itu. Informasi yang menyeluruh dari suatu produk tersebut.
5. Langkah Persuasif Seperti Apa Yang Dilakukan Perusahaan Melalui *Website*?
 Dia menyediakan informasi-informasi produk yang sangat detail dan ada layanan servis buletin atas produk-produk dia. Jadi kita mendapatkan informasi2 terupdate mengenai fitur tambahan produk dia.
6. Bagaimana Pendapat Anda Mengenai Fitur-Fitur Yang Tersedia Dalam *Website* Petrotec?
 Iya karena mereka menyediakan konten tehcnical, peningkatan spesifikasi (ada teknologi baru) produk yang menjawab kebutuhan pelanggan.

7. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Penampilan Visual Dari *Website* Perusahaan?
Sudah bagus karena informasi lengkap.
8. Apakah Penggunaan *Website* Perusahaan Petrotec Sudah Dimaksimalkan?
Sudah cukup baik komunikasi perusahaan Petrotec Air Power.
9. Evaluasi Seperti Apa Yang Perlu Dilakukan Perusahaan Perihal Perancangan Komunikasi Melalui *Website*?
Saya akan selalu minta feed back kepada customer tentang produk produk yang telah dibeli oleh pelanggan mengenai kekurangan dan kelemahan produk-produk tersebut, sehingga dengan begitu petrotec akan melakukan improvement secara terus menerus.

Informan 2

Nama : Barlian

Sebagai : Konsumen *Oil and Gas*

1. Seberapa Pentingkah Melakukan Komunikasi Perusahaan Kepada Khalayak (Pelanggan dan Calon Pelanggan)?
Sangat penting untuk mengetahui feedback customer seperti apa, dan juga untuk mengetahui kekurangan kita, dari pihak perusahaan sendiri tentunya bisa segera memperbaikinya atas tindakan-tindakan yang telah dilakukan perusahaan, jadi media komunikasi *website* bisa dijadikan suatu pengukuran keberhasilan perusahaan dalam melakukan penjualannya.
2. Menurut Anda, Manfaat Apa Yang Didapatkan Ketika Melakukan Komunikasi Penjualan dan Promosi Suatu Perusahaan Melalui *Website*?
Customer bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai product atau jasa yang dijual, pencarian informasi akan produk fitur-fitur apa yang dapat diberikan pada produk-produk.
3. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Komunikasi Penjualan Petrotec Melalui *Websitenya*?
Untuk informasi yang diterima oleh kita sudah cukup jelas dan kuat karena kita bisa memahami mengenai fitur produk dan kita bisa mengetahui nilai-nilai yang perusahaan akan berikan kepada para pelanggannya.
4. Apakah Komunikasi Perusahaan (Petrotec) Melalui *Website* Mempengaruhi Reputasi Yang Dimiliki Perusahaan?
Mempengaruhi, karena di era digital ini banyak customer yang menilai suatu perusahaan dari *website* terlebih dahulu ketika melakukan pembelian, pastinya melakukan pemerolehan informasi melalui internet agar lebih paham terhadap produk yang ingin dimiliki.
5. Langkah Persuasif Seperti Apa Yang Dilakukan Perusahaan Melalui *Website* Petrotec Tersebut?
Petrotec fokus terhadap product yang dijual dan menampilkan pengalaman yang sudah pernah dikerjakan tentunya hal tersebut adalah upaya untuk menciptakan nilai di mata para customernya.

6. Bagaimana Pendapat Anda Mengenai Fitur-Fitur Yang Tersedia Dalam *Website* Petrotec?
Sudah sangat cukup dan membantu.
7. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Penampilan Visual Dari *Website* Perusahaan?
Menarik dan sesuai dengan product yang di wakikan.
8. Apakah Penggunaan *Website* Perusahaan Petrotec Sudah Dimaksimalkan?
Sudah.
9. Evaluasi Seperti Apa Yang Perlu Dilakukan Perusahaan Perihal Perancangan Komunikasi Melalui *Website*?
Penilaian saya mengenai *website* Petrotec sendiri untuk selalu dipertahankan apa yang sudah ada dalam *website* dan untuk tetap keep updated dalam menyediakan konten-kontennya kepada publik.

Informan 3

Nama : Shirley Rompis
Keterangan : CEO Studio Code

1. Seberapa Pentingkah Melakukan Komunikasi Perusahaan Kepada Khalayak (Pelanggan/Calon Pelanggan)?
Melakukan komunikasi perusahaan sangat penting, karena dalam setiap aktivitas perusahaan ataupun mengenai penjualan yang dilakukan perusahaan tentu tanpa adanya komunikasi kepada publik-publik yang ada semua hal tentang perusahaan tidak akan diketahui dan dikenal.
2. Menurut Anda, Manfaat Apa Yang Didapatkan Ketika Melakukan Komunikasi Penjualan dan Promosi Suatu Perusahaan Melalui *Website*?
Penjualan melalui *website* bisa dijadikan sebagai media alternatif perusahaan dalam menyampaikan informasinya kepada publik. Menggunakan media *website* lebih murah dan lebih efektif untuk tersampaikan kepada seluruh khalayak pada zaman modern sekarang ini. Tentunya media ini memiliki keunggulan sendiri jika dibandingkan media-media yang telah ada sebelumnya atau media konvensional. Media *website* dapat dijadikan media utama dalam melakukan komunikasi perusahaan.
3. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Komunikasi Penjualan Petrotec Melalui *Websitenya*?
Komunikasi penjualan yang dilakukan perusahaan Petrotec melalui *websitenya* cukup menarik bagi khalayaknya. Informasi mengenai produk begitu lengkap pada *website*, sehingga mereka dapat langsung memahami apa yang dijual dan apa yang perusahaan dapat berikan kepada pelanggannya. Informasi yang disampaikan melalui *website* dapat dikatakan cukup lengkap.
4. Apakah Komunikasi Perusahaan (Petrotec) Melalui *Website* Mempengaruhi Reputasi Yang Dimiliki Perusahaan?

Pastinya memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan, seperti mereka memberikan informasi mengenai keberhasilan dan kualitas produk yang dimiliki olehnya. Dari tindakan komunikasi petrotec tersebut tentu para calon pelanggan dan pelanggan akan menilai kredibilitas yang dimiliki perusahaan. Para khalayak tentu akan menilai setiap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

5. Langkah Persuasif Seperti Apa Yang Dilakukan Perusahaan Melalui *Website* Petrotec tersebut?

Penampilan dari *website* perusahaan sendiri cukup menarik perhatian pengunjung untuk melihat, juga mengenai desain dan fitur-fitur yang ada menjelaskan nilai-nilai yang dimiliki perusahaan. Perusahaan ini menciptakan pendekatan dalam penjualan melalui informasi yang disediakan pada *websitenya* tersebut.

6. Bagaimana Pendapat Anda Mengenai Fitur-Fitur Yang Tersedia Dalam *Website* Petrotec?

Fitur-fitur yang ada dalam *website* perusahaan telah memiliki konten-konten yang cukup mudah dimengerti oleh para khalayak. Pihak perusahaan dapat menceritakan secara gamblang apa yang telah dikerjakan olehnya dan apa saja yang dapat pihak perusahaan berikan kepada para pelanggannya.

7. Bagaimana Penilaian Anda Mengenai Penampilan Visual Dari *Website* Perusahaan?

Komunikasi visual pada *website* Petrotec sudah bagus, foto-foto yang disediakan begitu menonjolkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan dan kualitas gambar yang ditampilkan begitu jelas.

8. Apakah Penggunaan *Website* Perusahaan Petrotec Sudah Dimaksimalkan? Mungkin belum maksimal, karena untuk update konten yang ada pada *website* tersebut juga tidak begitu aktif untuk melakukan update secara rutin, pada fitur news dan event yang ada di *website* perusahaan dapat dipahami bahwa mereka tidak selalu melakukan update kontennya, hanya beberapa kali saja.

9. Evaluasi Seperti Apa Yang Perlu Dilakukan Perusahaan Perihal Perancangan Komunikasi Melalui *Website*?

Mungkin evaluasinya bagi pihak Petrotec untuk melakukan update konten lebih sering agar terlihat lebih aktif pada *website* tersebut, dan pihak perusahaan seharusnya mendokumentasikan segala aktivitas pekerjaan pada *website* itu dengan menggunakan video agar calon pelanggan dan pelanggan mengetahui informasi dari perusahaan secara lebih lengkap lagi dengan adanya video-video yang ditayangkan pada *websitenya* tersebut.

L.1 Kartu Absen Bimbingan



**Universitas
Esa Unggul**
Fakultas Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi
Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
021 - 567 4223 (Hunting), Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

KARTU ABSENSI BIMBINGAN
KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : M. HILMI RAMADHAN

NIM/PEMINATAN : 20180502031 / Hubungan Masyarakat

NO. TELP/EMAIL : 081297 531074 / hilmi.ramadhan05@gmail.com

JUDUL : Strategi Branding PT. Patortel Air Power Dengan Menggunakan Website

DOSEN PEMBIMBING : Bugi Satrio Adiwibowo, S.E, M.I.Kom, Ph. D

| No. | Tanggal | Bab | Catatan Pembimbing | TTD Pembimbing |
|-----|-------------|--------|---------------------------------|--------------------|
| 1 | 19 Des 2022 | IV | Pembahasan tentang bab IV | <i>[Signature]</i> |
| 2 | 27 Des 2022 | IV | Pengusunan Pembahasan Wawancara | <i>[Signature]</i> |
| 3 | 1 Jan 2023 | IV | Pembahasan Pembahasan Wawancara | <i>[Signature]</i> |
| 4 | 20 Jan 2023 | IV | Pengeraman Bab IV dan Acl | <i>[Signature]</i> |
| 5 | 24 Jan 2023 | V | Pembahasan tentang Bab V | <i>[Signature]</i> |
| 6 | 3 Feb 2023 | V | Pengeraman Bab V & Acl | <i>[Signature]</i> |
| 7 | 7 Feb 2023 | 1/2 V | Eksplorasi Bab I - V | <i>[Signature]</i> |
| 8 | 9 Feb 2023 | VI | Pembahasan Bab VI tentang | <i>[Signature]</i> |
| 9 | 12 Feb 2023 | VI | Acl Bab VI | <i>[Signature]</i> |
| 10 | 15 Feb 2023 | Jurnal | Pengeraman Jurnal & Acl | <i>[Signature]</i> |

*Silahkan mengisi ulang, sesuai IDK persemuaan/bimbingan

Mahasiswa



(Mahasiswa)

Mengetahui,



(Ka. Peminatan)

L.2 RIWAYAT HIDUP

Biodata Diri

Nama : Muhammad Hilmi Ramadhan
 Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 04 September 1997
 Status Keluarga : Belum Menikah
 Agama : Islam
 Alamat Rumah : Grand Melati Residence Blok F No 20.
 Jati Melati, Bekasi Selatan.



Riwayat Pendidikan

| | | |
|----|-----|--------------------------|
| 1. | SD | SDIT YAPIDH (2003-2009) |
| 2. | SMP | SMPIT YAPIDH (2009-2012) |
| 3. | SMA | SMA HUTAMA (2013-2016) |

Riwayat Pekerjaan

Fresh Graduate.

Riwayat Organisasi

1. Swim Class Meeting di SDIT YAPIDH
2. Badminton Class Meeting di SMPIT YAPIDH
3. Pecinta Alam di SMA HUTAMA

Keahlian yang dimiliki

1. Mahir mengoperasikan Microsoft Office
2. Keahlian Komunikasi
3. Fotografi
4. Videografi
5. Organizing Events
6. Keahlian Manajemen
7. Keahlian seni