

AUDIT KOMUNIKASI KONTEN WEBSITE PT. DUTABUDI TULUSREJO SEBAGAI MEDIA INFORMASI PERUSAHAAN

¹Riszky Reddy Panantiyan, ²Dr. Hamim, ³Maulana Arief,

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
reddypanantiyan@gmail.com

Abstract

This study is entitled "Audit of Website Content Communication of PT. Dutabudi Tulusrejo as a Company Information Media" by Riszky Reddy Panantiyan. This study analyzes using the application of the AIDDA model (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) in website content as a company information media. This study aims to conduct a communication audit of the website content of PT. Dutabudi Tulusrejo as a company information media. In today's digital era, websites are one of the main channels for companies to convey information to the public, and the quality of the content presented greatly influences the company's image. The research method used is a qualitative approach with content analysis, where data is obtained through an evaluation of website elements such as structure, design, and quality of information presented. The results of the study indicate that the website content of PT. Dutabudi Tulusrejo still needs to be improved in terms of the recency, clarity, and relevance of the information presented, so that it can be more effective in meeting the information needs of users. In addition, aspects of interactivity and user-friendly navigation are also important factors in improving user experience. This study concludes that by conducting regular content communication audits and continuous improvement, PT Dutabudi Tulusrejo can maximize the function of the website as an effective information media and support the company's positive image in the eyes of the public.

Keywords: Website, AIDDA Model, Information Media

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Audit Komunikasi Konten Website PT. Dutabudi Tulusrejo Sebagai Media Informasi Perusahaan” oleh Riszky Reddy Panantiyan. Penelitian ini menganalisis dengan menggunakan penerapan model AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) dalam konten website sebagai media informasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan audit komunikasi konten website PT. Dutabudi Tulusrejo sebagai media informasi perusahaan. Dalam era digital saat ini, website menjadi salah satu saluran utama bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada publik, dan kualitas konten yang disajikan sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis konten, di mana data diperoleh melalui evaluasi terhadap elemen-elemen website seperti struktur, desain, dan kualitas informasi yang disampaikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten website PT. Dutabudi Tulusrejo masih perlu ditingkatkan dari segi keterbaruan, kejelasan, dan relevansi informasi yang disajikan, sehingga dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Selain itu, aspek interaktivitas dan navigasi yang user-friendly juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan melakukan audit komunikasi konten secara berkala dan perbaikan yang berkelanjutan, PT Dutabudi Tulusrejo dapat memaksimalkan fungsi website sebagai media informasi yang efektif dan mendukung citra positif perusahaan di mata publik.

Kata kunci: Website, Model AIDDA, Media Informasi

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dewasa ini telah menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Hal itu terjadi, karena kemajuan teknologi berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi juga mempermudah masyarakat dalam mengerjakan berbagai macam aktivitas sehari-hari sehingga terjadi peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam bekerja yang akan mengakibatkan produktivitas pada masyarakat yang semakin meningkat (Ngafifi, 2014).

Salah satu teknologi yang berkembang dengan pesat adalah teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi telah memberikan sumber informasi dan komunikasi yang amat luas dari apa yang telah dimiliki manusia (Ahmad, 2012). Dahulu manusia tidak dapat berkomunikasi jarak jauh dengan manusia lainnya, namun dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi hal itu dapat dilakukan. Menurut Martin dalam (Iswara, 2018) teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim / menyebarkan informasi.

Salah satu kelebihan internet yaitu interaktivitasnya dimana hal tersebut meningkatkan keaktifan pengguna, selain itu internet juga menawarkan berbagai macam fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Berkat internet proses belajar, berbelanja, berkomunikasi, bekerja dan lain sebagainya dapat dilakukan dimana saja, kapan saja tanpa lagi dibatasi oleh masalah tempat, waktu dan jarak. Salah satu aplikasi terpenting dari internet adalah website. Website merupakan kumpulan dari halaman-halaman web yang mengandung informasi. Informasi pada halaman website dapat ditampilkan dalam bentuk teks, gambar, foto, video atau multimedia dan hampir 80% layanan di internet disediakan dalam bentuk website (Yuhefizar, 2013). Dahulu setiap individu dalam memenuhi kebutuhan informasi, biasanya mencari di media cetak seperti koran atau majalah. Namun, seiring dengan perkembangan zaman setiap individu dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan melalui internet /website. Bukan hanya dalam memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga dapat berbelanja online, chatting, berbagi informasi, belajar dan lain sebagainya (Iswara, 2018).

Dalam pemanfaatannya, website banyak sekali digunakan sebagai bentuk penyampaian informasi yang tepat sasaran, seperti penggunaan website dalam perusahaan sebagai bentuk strategi marketing dalam memperkenalkan informasi perusahaan ke masyarakat luas untuk meningkatkan perolehan penjualan. Tetapi, hal itu menjadi persaingan tersendiri bagi perusahaan-perusahaan dalam menarik perhatian calon client, sehingga banyaknya perusahaan saat ini berlomba-lomba untuk membuat media informasi dan promosi semenarik mungkin. Salah satunya adalah PT. Dutabudi Tulusrejo yang merupakan perusahaan yang berada di Jalan Raya Sidorejo No.116, Krian, Sidoarjo.

PT. Duta Budi Tulus Rejo (DBTR) merupakan suatu badan usaha yang bergerak di bidang industri dan perdagangan resin plastik. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1992 dan memiliki posisi penting dalam industri plastik di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa. Perusahaan ini dikenal sebagai "supermarket biji plastik" dan dapat menyediakan berbagai jenis biji plastik sesuai kebutuhan pelanggan. Di bawah kepemimpinan Bapak Johannes Surachmat selaku direktur, perusahaan ini berkembang pesat dengan mengedepankan kerjasama yang baik dengan semua pihak, termasuk pemasok, pelanggan, dan media.

PT Dutabudi Tulusrejo, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang retail biji plastik, telah menggunakan website sebagai salah satu media informasi untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka, serta untuk membangun citra positif di mata publik. Namun, keberhasilan website tersebut dalam menyampaikan pesan atau informasi yang diinginkan oleh perusahaan belum tentu maksimal, terutama apabila konten yang disajikan tidak dikelola dengan baik, tidak sesuai dengan tujuan komunikasi, atau kurang efektif dalam menarik perhatian pengunjung.

Oleh karena itu, penting untuk dilakukan analisis terhadap konten website PT Dutabudi Tulusrejo sebagai media informasi perusahaan. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif website dalam menyampaikan informasi yang relevan, bagaimana penyajian pesan dalam website tersebut dapat mempengaruhi pemahaman dan persepsi pengunjung, serta untuk mengetahui apakah konten yang ada sudah sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis konten, di mana data diperoleh melalui evaluasi terhadap elemen-elemen website seperti struktur, desain, dan kualitas informasi yang disampaikan. Pendekatan kualitatif memungkinkan pemahaman mendalam tentang penggunaan website sebagai media informasi perusahaan.

Analisis konten website memberikan pemahaman tentang jenis konten yang ditampilkan. Dengan metode ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang efektivitas penggunaan website sebagai alat komunikasi yang berfungsi sebagai media informasi yang efektif bagi audiens (misalnya, pelanggan, mitra bisnis, atau calon karyawan).

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Dutabudi Tulusrejo menggunakan website sebagai media informasi perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Melalui konten yang relevan, visual menarik, dan interaksi aktif dengan pengguna, seharusnya perusahaan berhasil meningkatkan kesetiaan pelanggan terhadap merek mereka. Strategi ini tidak hanya membantu meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga memperkuat ikatan emosional dengan audiens dan meningkatkan partisipasi.

Pembahasan dari hasil penelitian ini menyoroti pentingnya pemanfaatan platform media sosial seperti website dalam konteks media informasi. Dengan memanfaatkan fitur-fitur visual dan interaktif website, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang menarik bagi audiens, sehingga memperkuat keterlibatan dan loyalitas mereka terhadap merek. Selain itu, interaksi yang aktif dengan pengguna juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan audiens, menciptakan saluran komunikasi dua arah yang efektif. Dengan demikian, hasil dan pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa website efektif digunakan sebagai alat komunikasi yang berfungsi sebagai media informasi bagi audiens PT. Dutabudi Tulusrejo. Dengan terus mengoptimalkan konten mereka di platform ini, perusahaan dapat memperluas jangkauan mereka, memperkuat hubungan dengan audiens, dan meningkatkan kesetiaan terhadap merek mereka.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa pemanfaatan website sebagai salah satu media sosial dapat efektif dalam penyebaran informasi perusahaan, khususnya di PT. Dutabudi Tulusrejo. Berdasarkan analisis konten yang dilakukan, website perusahaan sudah berfungsi dengan baik sebagai media informasi. Namun, masih ada beberapa area yang perlu perbaikan, terutama dalam hal pembaruan konten, peningkatan interaksi dengan pengguna, serta optimalisasi desain untuk meningkatkan aksesibilitas dan navigasi. Dengan

melakukan perbaikan di area-area tersebut, PT. Dutabudi Tulusrejo dapat lebih efektif menggunakan website sebagai alat komunikasi dan media informasi yang mendukung tujuan perusahaan.

Penutup

Penelitian ini telah mengungkapkan pentingnya penggunaan website sebagai alat komunikasi yang berfungsi sebagai media informasi yang efektif bagi audiens di PT. Dutabudi Tulusrejo. Audit komunikasi konten website PT. Dutabudi Tulusrejo sebagai media informasi perusahaan telah dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana website perusahaan mampu memenuhi kebutuhan audiens dalam mendapatkan informasi yang jelas, relevan, dan mudah diakses. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa meskipun website perusahaan sudah memiliki struktur yang cukup baik dan berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif, masih terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki untuk lebih meningkatkan kualitas komunikasi dan interaksi dengan audiens.

Adapun beberapa rekomendasi perbaikan yang perlu diperhatikan, antara lain pembaruan konten secara berkala, peningkatan kejelasan pesan melalui penggunaan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami, serta penambahan fitur interaktif yang memungkinkan audiens berinteraksi langsung dengan perusahaan. Selain itu, peningkatan aksesibilitas website, terutama bagi pengguna dengan keterbatasan fisik, dan optimasi SEO untuk memperluas jangkauan audiens juga merupakan langkah penting yang perlu dilakukan.

Dengan mengikuti rekomendasi perbaikan tersebut, PT. Dutabudi Tulusrejo dapat lebih maksimal dalam memanfaatkan website sebagai media informasi yang tidak hanya menyampaikan pesan perusahaan dengan jelas, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Hal ini tentunya akan mendukung tujuan perusahaan dalam meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan keterlibatan dengan pelanggan maupun pihak terkait lainnya.

Sebagai penutup, audit ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif untuk perkembangan komunikasi perusahaan melalui website. Dengan komitmen untuk terus memperbaiki aspek-aspek yang telah diidentifikasi, PT. Dutabudi Tulusrejo akan dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung website dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang komunikatif dan transparan.

Daftar Pustaka

- Ahmad, A. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Kesenjangan Informasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1), 137–149.
- Agussani. (2011). PENUNTASAN BUTA AKSARA LEWAT MODEL AIDDA DI LEMBAGA PEMASYARAKATAN. *Jurnal Akademia*, 13(1), 1–12.
- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi : *Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Criticos. (1996). Media selection. Plomp, T., & Ely, D. P. (Eds.): *International Encyclopedia of Educational Technology*, 2nd edition. New York: Elsevier Science, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto (2015), *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana.

- Gordon B. Davis. (1990). *Management Informations System Conceptual Foundations, Structures, and Development*. New York: MacMillan.
- Harahap, N. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF* (H. Sazali, Ed.). Ashri Publishing.
- Iswara, J. (2019). Pengaruh Kualitas Web Okezone.Com Terhadap Kepuasan User (Studi Pada Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 2014 - 2015) (Vol. 53).
- Moleong, L J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47.
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*, 1(1), 22–36.
- Priyowidodo, G. (2022). *Monograf Netnografi Komunikasi Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Yuhefizar. (2013). *Cara Mudah & Murah Membangun & Mengelola Website*. Yogyakarta: Graha Ilmu.