

**Evaluasi Kualitatif *User Experience* Pada Media *Cyber Public Relations Website trisakti.ac.id***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Disusun oleh:**

**LAM SYABILA HASAN  
1171003116**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Lam Syabila Hasan**

**NIM : 1171003116**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lam Syabila Hasan', with a horizontal line underneath.




**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lam Syabila Hasan  
NIM : 1171003116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Evaluasi Kualitatif *User Experience* Pada Media Cyber  
*Public Relations Website trisakti.ac.id*

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Mirana Hanasthasia, S.sos., M.Media Prac (  )  
Penguji : Kussusanti, M.Si., CDM., Dr. (  )  
Penguji : Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 26 Agustus 2021

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Evaluasi Kualitatif User Experience Pada Media *Cyber Public Relations Website trisakti.ac.id*” ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi kewajiban mata kuliah Magang pada semester tujuh program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Selama membuat laporan magang ini, memang banyak sekali permasalahan yang memang membuat halangan dalam penulisan skripsi ini, baik secara internal maupun eksternal. Namun permasalahan yang ada, membuat penulis untuk bangkit dan termotivasi untuk cepat menyelesaikan laporan magang ini. Dalam pelaksanaan proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, semangat dan banyak yang membantu dari berbagai pihak dalam mengatasi segala kesulitan yang dihadapi. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang menjadi peran penting dalam penulisan tugas akhir ini:

### **1. Allah SWT**

Terima kasih kepada Allah. SWT yang telah memberikan kelancaraan, hidayah, serta rezeki yang tidak terduga-duga untuk mengerjakan tahap akhir dalam pendidikan penulis di Universitas Bakrie.

### **2. Nenek Dan Bude**

Terima kasih untuk kedua wanita ini yang selalu menyemangati, mendoakan, dan memberi semangat dan dukungan dari Bila kecil sampai dewasa seperti ini, dan sekarang sudah ditahap akhir Bila menyelesaikan pendidikan Bila, terima kasih sudah menjadi orang yang paling berharga selama ini.

### **3. Mirana Hanathasia, S.Sos., Mmediaprac**

Terima kasih kepada ibu Mirana yang sudah membimbing saya dengan sangat baik sekali, memberikan saran dan masukan dengan sangat teliti, dan point yang paling penting, terima kasih sudah sabar sekali menghadapi penulis yang sering masih ada revisi.

**4. Lasmita Sari & Arfan Saefullah**

Terima kasih untuk Mita dan Malika yang menjadi dukungan penulis dalam penyusunan skripsi ini, selalu menyemangati dengan mengerjakan laporan ini dengan bersama. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang bermanfaat.

**5. Padilatun Nuriah**

Terima kasih untuk Dila yang selalu menjadi penenang dan membuat ketawa setiap kehadirannya, selalu memberi semangat, masukan yang baik, selalu mendoakan biar cepat kelar, terima kasih banyak.

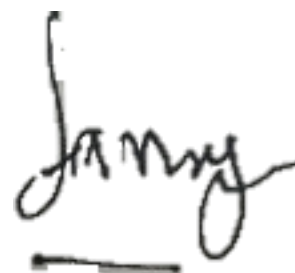
**6. Alm. Alfan Ferdian**

Terima kasih Alfan sudah menjadi bagian dari pengerjaan skripsi aku walaupun tidak semua ya!!! Terima kasih sudah sabar sampai akhir hayat kamu Alfan.

**7. Teman – teman Public Relations 17**

Terima kasih sudah menjadi teman yang banyak memberikan hal positif dan membuat banyak perubahan yang lebih baik dari semester tiga hingga sekarang.

Jakarta, 27 Agustus 2021



Lam Syabila Hasan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lam Syabila Hasan  
NIM : 1171003116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Evaluasi Kualitatif User Experience Pada Media Cyber Public Relations**

**Website trisakti.ac.id**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 27 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Lam Syabila Hasan

**Evaluasi Kualitatif *User Experience* Pada Media *Cyber Public Relations***

***Website trisakti.ac.id***

**Lam Syabila Hasan**

---

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi membuat praktisi *Public Relations* semakin banyak yang memanfaatkan keberadaan internet sebagai media penyampaian dan penyebaran informasi, seperti halnya organisasi pendidikan salah satunya Universitas Trisakti. *Cyber Public Relations* merupakan aktivitas seorang *Public Relations* dalam upayanya menyampaikan informasi kepada publik melalui media *online*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi dan citra yang terbentuk dari mahasiswa Universitas Trisakti dalam aktivitas *Cyber Public Relations* dalam pengelolaan informasi *website* trisakti.ac.id. Penelitian ini menggunakan elemen *Cyber Public Relations* serta beberapa konsep untuk *website*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan data penelitian ini melalui wawancara mendalam dengan Mahasiswa Universitas Trisakti sebagai narasumber utama, dan Humas Universitas Trisakti, dan observasi *online* melalui *website* trisakti.ac.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* trisakti.ac.id telah memberikan keterbukaan informasi seputar organisasi, tetapi tidak dengan informasi pada halaman “berita terkini” yang memang memberikan keterbukaan yang berlebihan sehingga informasi yang diunggah menjadi padat, design yang kurang menarik, serta *security* dalam *website* yang belum diterapkan oleh Humas Universitas Trisakti. Hal ini diharuskan untuk Humas Universitas Trisakti menyadari dengan adanya penerapan elemen *Cyber Public Relations* melalui *website*, diperlukannya perbaikan dalam pengelolaan *website* sebagai media informasi yang bermanfaat untuk internal maupun eksternal dari Universitas Trisakti.

**Kata Kunci:** *User Experience, Cyber Public Relations, website,*

*Qualitative Evaluation of User Experience on Cyber Media Public Relations  
Website trisakti.ac.id*  
**Lam Syabila Hasan**

---

**ABSTRACT**

*Technological developments have made more and more Public Relations practitioners take advantage of the internet as a medium for delivering and disseminating information, as well as educational organizations, one of which is Trisakti University. Cyber Public Relations is the activity of a Public Relations in an effort to convey information to the public through online media. This study aims to understand the perceptions and images formed by Trisakti University students in Cyber Public Relations activities in managing information on the trisakti.ac.id website. This study uses elements of Cyber Public Relations and several concepts for the website. This research was conducted using a qualitative approach. The data collection technique for this research was through in-depth interviews with Trisakti University students as the main resource persons, and Trisakti University Public Relations, and online observations through the trisakti website, ac.id. The results show that the trisakti.ac.id website has provided information disclosure about the organization, but not with information on the "latest news" page which does provide excessive openness so that the uploaded information becomes dense, the design is less attractive, and the security on the website is has not been implemented by the Trisakti University Public Relations. This is required for Trisakti University Public Relations to realize that with the implementation of Cyber Public Relations elements through the website, there is a need for improvements in website management as a useful information medium for both internal and external from Trisakti University.*

**Keywords:** *User Experience, Cyber Public Relations, website,*



DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1 Konsep Yang Relevan.....	10
2.1.1 <i>Public Relations</i> .....	10
2.1.2 <i>Cyber Public Relations</i> .....	14
2.1.3 <i>Website</i> Sebagai Media Komunikasi <i>Cyber Public Relations</i> .....	19
2.1.5 <i>Citra</i> .....	21
2.2 Tinjauan Pustaka terhadap Penelitian Sebelumnya.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III</b> .....	<b>42</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1 Metode Penelitian .....	42
3.2 Objek Yang Digunakan.....	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3.1 Sumber Data.....	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Analisis Data .....	46

3.5	Tringulasi Data.....	47
3.6	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep .....	48
<b>BAB 4</b>	.....	<b>52</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>52</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1	Sejarah Universitas Trisakti .....	52
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.2	Penyajian Data .....	55
4.2.1	Subjek Tringulator .....	61
4.3	Hasil Penelitian .....	61
4.3.1	Elemen <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>website trisakti.ac.id</i> dalam Persepsi Mahasiswa.....	62
4.3.2	Peranan Unsur <i>Website</i> Melalui <i>Website trisakti.ac.id</i> .....	69
4.4	Pembahasan.....	73
4.4.1	Analisis Pengelolaan <i>Transparency Website trisakti.ac.id</i> .....	73
4.4.2	Analisis Pengelolaan Internet <i>Porosity Website trisakti.ac.id</i> .....	78
4.4.3	Analisis Pengelolaan <i>Richness in Content Website trisakti.ac.id</i> .....	79
4.4.4	Analisis <i>Web Content</i> Dalam <i>Website trisakti.ac.id</i> .....	81
4.4.5	Analisis <i>Web appearance</i> Dalam <i>Website trisakti.ac.id</i> .....	82
4.4.6	Analisis <i>Web Usabilty</i> Dalam <i>Website trisakti.ac.id</i> .....	83
<b>BAB V</b>	.....	<b>85</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN</b>	.....	<b>85</b>
5.1	Kesimpulan .....	85
5.2	Saran .....	86
5.2.1	Saran Akademis .....	86
5.2.2	Saran Praktis .....	87
DAFTAR PUSTAKA	.....	104
LAMPIRAN.....		<b>106</b>
HASIL KODING DATA (TEKSTUAL).....		<b>106</b>
HASIL DOKUMENTASI .....		<b>121</b>

DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Halaman <i>Website</i> trisakti.ac.id .....	6
<b>Gambar 1. 2</b> Informasi Terkait Dosen yang Berkualitas .....	7
<b>Gambar 1. 3</b> Informasi Terkait Mahasiswa yang Berprestasi .....	7
<b>Gambar 1. 4</b> Halaman Berita Terkini .....	8
<b>Gambar 4. 1</b> Logo Universitas Trisakti.....	52
<b>Gambar 4. 2</b> Muhammad Fikri, Mahasiswa Teknik Mesin, Fakultas Teknologi dan Industri .....	57
<b>Gambar 4. 3</b> Anisa Suci Azhari, Calon Mahasiswa D4 Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis .....	58
<b>Gambar 4. 4</b> Putri Anindia Rizky Mahasiswa D4 Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	59
<b>Gambar 4. 5</b> Aidilia Adhata Mahasiswa D4 Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	59
<b>Gambar 4. 6</b> Siti Nurhaliza Kharisma Adhata Mahasiswa D4 Keuangan Fakultas .....	60
<b>Gambar 4. 7</b> DR. DRG. DEWI PRIANDINI, SP.PM. Kepala Humas Universitas Trisakti .....	61
<b>Gambar 4. 8</b> N. Rangga Wissesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom: Praktisi Digital Branding dan Marketing .....	62
<b>Gambar 4. 9</b> <i>Website</i> trisakti.ac.id.....	64
<b>Gambar 4. 10</b> Halaman <i>Website</i> “Berita Terkini” .....	67
<b>Gambar 4. 11</b> Konten Terkait Webinar “Fakultas Teknik Perminyakan” .....	77
<b>Gambar 4. 12</b> Konten Rapat Koordinasi .....	80
<b>Gambar 4. 13</b> Informasi Webinar “Dialog Interaktif “Spill The Tea”” .....	880
<b>Gambar 4. 14</b> Informasi Kejuaraan Universitas Trisakti.....	880

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1. 1</b> Daftar Perguruan Tinggi di Indonesia dalam menggunakan <i>Website</i> ..	5
<b>Tabel 2. 1</b> Tinjauan pustaka terkait penelitian sebelumnya .....	29
<b>Tabel 3. 1</b> Kriteria Informan.....	46
<b>Tabel 3. 2</b> Operasional Konsep .....	51
<b>Tabel 4. 1</b> Penyajian Data Narasumber .....	56

DAFTAR BAGAN

**Bagan 2. 1** Kerangka Pemikiran..... 441

### PEDOMAN WAWANCARA

Berikut, lampiran terkait pertanyaan wawancara untuk mahasiswa sebagai narasumber utama dalam penelitian ini. pertanyaan wawancara ini telah disesuaikan dengan operasional konsep yang digunakan, sebagai berikut:

### OK DAN PERTANYAAN WAWANCARA

Konsep	Kategori	Indikator	Pertanyaan Wawancara untuk Mahasiswa
Elemen <i>Cyber Public Relations</i> Philips & Young (2009)	<i>Transparency</i>	- Memberikan informasi secara transparansi didalam halaman <i>website</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah informasi yang disediakan di <i>website</i> sudah memiliki keterbukaan yang baik?</li> <li>2. Apakah informasi yang diunggah didalam <i>website</i> sudah dilakukan secara teratur?</li> <li>3. Apakah informasi dalam halaman <i>website</i> terlalu padat?</li> </ol>

	<p><b><i>Internet Porosity</i></b></p>	<p>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet porosity lebih kepada memberikan keamanan dan pengendalian sistem informasi didalam <i>website</i>.</li> </ul>	<p>1. Apakah ada informasi yang berlebihan didalam halaman <i>website</i>?</p>
	<p><b><i>Richness in Content</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lebih berfokus kepada pembuatan konten dalam <i>website</i>. Seperti halnya konten yang kaya,dimana sebuah informasi disediakan dengan berbagai bentuk dan kualitas yang baik.</li> <li>- Dalam hal ini,</li> </ul>	<p>1. Menurut anda, apakah konten yang disediakan bermanfaat untuk anda?</p> <p>2. Informasi yang seperti apa yang seharusnya diunggah kedalam halaman <i>website</i>?</p>

		adanya keterlibatan dari pihak lain dalam pembuatan konten.	
Unsur-Unsur <i>Website</i> (oleh Zimmerman (2001:36)	<b>Web content</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Isi yang disediakan dalam situs <i>website</i>.</li> <li>- Isi yang disediakan harus jelas dan relevan sehingga <i>website</i> tersebut bisa dimanfaatkan atau tidak.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah isi informasi dalam <i>website</i> mudah dimengerti?</li> <li>2. Informasi apa yang Anda butuhkan saat mengakses <i>website</i> trisakti.ac.id?</li> </ol>



	<p><b>Web appearance</b></p>	<p>- Pertama kali dilihat yaitu tampilan dari halaman <i>website</i>, seperti tampilan yang terlihat menarik, teks yang mudah dibaca, penggunaan warna yang tepat, desain yang bagus, alur yang mudah di mengerti dan dll, sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk menelusuri lebih dalam tentang halaman <i>website</i> tersebut.</p>	<p>1. Apakah tampilan <i>website</i> trisakti.ac.id menarik dan interaktif serta memberi kesan profesional bagi organisasi?</p>
--	------------------------------	---	---

	<b>Web usability</b>	Lebih berfokus kepada kemudahan saat menggunakan <i>website</i> tersebut, seperti bisa diakses atau tidak, dan mudah diingat oleh pengunjung.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah anda sering mengunjungi <i>website</i> trisakti.ac.id?</li> <li>2. Apakah <i>website</i> trisakti.ac.id mudah diakses?</li> </ol>
--	----------------------	---	--

### PEDOMAN WAWANCARA

Berikut, lampiran terkait pertanyaan wawancara untuk kepala Humas Universitas Trisakti sebagai narasumber kedua dalam penelitian ini. pertanyaan wawancara ini telah disesuaikan dengan operasional konsep yang digunakan, sebagai berikut:

<b>Konsep</b>	<b>Kategori</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan Wawancara untuk Mahasiswa</b>
Elemen <i>Cyber Public Relations</i> Philips & Young (2009)	<b>Transparency</b>	- Memberikan informasi secara transparasi didalam halaman <i>website</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah informasi didalam <i>website</i> akan adanya perbaruan?</li> <li>2. Apakah informasi yang diunggah</li> </ol>

			<p>adanya kesepakatan atau memang diunggah karena wajib untuk dipublikasikan?</p> <p>3. Apakah informasi didalam halaman website terlihat tidak berantakan?</p>
--	--	--	---

	<p><b><i>Internet Porosity</i></b></p>	<p>. - <i>Internet porosity</i> lebih kepada memberikan keamanan dan pengendalian sistem informasi didalam <i>website</i>.</p>	<p>1. Apakah di dalam halaman <i>website</i> adanya privasi dalam penyebaran informasi bu?</p>
	<p><b><i>Richness in Content</i></b></p>	<p>- Lebih berfokus kepada pembuatan konten dalam <i>website</i>. Seperti halnya konten yang kaya,dimana sebuah informasi</p>	<p>1. siapa yang mengelola halaman <i>website</i>? 2. apakah informasi dalam <i>website</i> akan diperbarui?</p>

		<p>disediakan dengan berbagai bentuk dan kualitas yang baik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam hal ini, adanya keterlibatan dari pihak lain dalam pembuatan konten.</li> </ul>	
<p>Unsur-Unsur <i>Website</i> (oleh Zimmerman (2001:36)</p>	<p><b><i>Web content</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Isi yang disediakan dalam situs <i>website</i>.</li> <li>- Isi yang disediakan harus jelas dan relevan sehingga <i>website</i> tersebut bisa dimanfaatkan atau tidak.</li> </ul>	<p>1. Apakah isi informasi dalam <i>website</i> mudah dimengerti?</p>

	<p><b>Web appearance</b></p>	<p>- Pertama kali dilihat yaitu tampilan dari halaman <i>website</i>, seperti tampilan yang terlihat menarik, teks yang mudah dibaca, penggunaan warna yang tepat, desain yang bagus, alur yang mudah di mengerti dan dll, sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk menelusuri lebih dalam tentang halaman <i>website</i> tersebut.</p>	<p>1. apakah <i>website</i> trisakti.ac.id sudah menarik?</p>
--	------------------------------	---	---

	<b>Web usability</b>	Lebih berfokus kepada kemudahan saat menggunakan <i>website</i> tersebut, seperti bisa diakses atau tidak, dan mudah diingat oleh pengunjung.	1. Apakah <i>website</i> trisakti.ac.id memudahkan akses untuk masuk? 2. Apakah adanya keamanan yang ditingkatkan dalam halaman <i>website</i> tersebut? (proses wawancara/ revisi)
--	----------------------	---	---

**PEDOMAN WAWANCARA**

Berikut, lampiran terkait pertanyaan wawancara triangulasi sebagai triangulator utama dalam penelitian ini. pertanyaan wawancara ini telah disesuaikan dengan operasional konsep yang digunakan, sebagai berikut:

<b>Konsep</b>	<b>Kategori</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan Wawancara untuk Mahasiswa</b>
---------------	-----------------	------------------	---

<p>Elemen <i>Cyber Public Relations</i> Philips &amp; Young (2009)</p>	<p><b><i>Transparency</i></b></p>	<p>- Memberikan informasi secara transparasi didalam halam <i>website</i>.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah informasi dalam halaman website terutama dalam halaman “Berita Terkini” memiliki keterbukaan yang baik?</li> <li>2. Apakah efektif jika informasi yang diunggah sebanyak empat sampai lima kali dalam sehari?</li> </ol>
--	-----------------------------------	--	---



	<p><b><i>Internet Porosity</i></b></p>	<p>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet <i>porosity</i> lebih kepada memberikan keamanan dan pengendalian sistem informasi didalam <i>website</i>.</li> </ul>	<p>1. Apakah informasi didalam halaman <i>website</i> seperti halnya informasi internal yang diunggah baik untuk dipublikasikan?</p>
	<p><b><i>Richness in Content</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lebih berfokus kepada pembuatan konten dalam <i>website</i>. Seperti halnya konten yang kaya,dimana sebuah informasi</li> </ul>	

		<p>disediakan dengan berbagai bentuk dan kualitas yang baik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam hal ini, adanya keterlibatan dari pihak lain dalam pembuatan konten.</li> </ul>	
<p>Unsur- Unsur <i>Website</i> (oleh Zimmerman (2001:36)</p>	<p><b><i>Web content</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Isi yang disediakan dalam situs <i>website</i>.</li> <li>- Isi yang disediakan harus jelas dan relevan sehingga <i>website</i> tersebut bisa dimanfaatkan atau tidak.</li> </ul>	<p>1. Apakah konten yang diberikan di halaman website terutama dalam halaman “berita terkini” sudah memberikan keyakinan untuk para internal maupun eksternal dari Universitas Trisakti?</p>

	<p><b>Web appearance</b></p>	<p>- Pertama kali dilihat yaitu tampilan dari halaman <i>website</i>, seperti tampilan yang terlihat menarik, teks yang mudah dibaca, penggunaan warna yang tepat, desain yang bagus, alur yang mudah di mengerti dan dll, sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk menelusuri lebih dalam tentang halaman <i>website</i> tersebut.</p>	<p>2. apakah <i>website</i> trisakti.ac.id sudah menarik?</p>
--	------------------------------	---	---

	<b>Web usability</b>	<p>Lebih berfokus kepada kemudahan saat menggunakan <i>website</i> tersebut, seperti bisa diakses atau tidak, dan mudah diingat oleh pengunjung.</p>	-
--	----------------------	--	---

**LAMPIRAN**  
**HASIL KODING DATA (TEKSTUAL)**

**TRANSKIP WAWANCARA 1**

**Nama** : Muhammad Fikri  
**Jurusan** : Teknik Mesin  
**Fakultas** : Teknologi dan Industri

- Bila : Fik, kamu sering mengunjungi *website* trisakti.ac.id?
- Fikri : Sering, tetapi lebih sering buka usakti on app.
- Bila : Apakah tampilan *website* trisakti.ac.id menarik dan interaktif serta memberi kesan profesional bagi organisasi?
- Fikri : Kurang menurut gue bil, soalnya design nya belum di perbarui.
- Bila : Informasi apa yang Anda butuhkan saat mengakses *website* trisakti.ac.id?
- Fikri : Seperti nilai semester, informasi yang mencerminkan tentang Trisakti deh.
- Bila : Apakah informasi yang disediakan di *website* sudah relevan?
- Fikri : Kalau diliat-liat kan ya, belum sih bill.
- Bila : Menurut lo fik, apakah informasi yang disediakan udah relevan apa belum?
- Fikri : Informasi didalam website terkait kampus sih udah oke bil, wajar yaa Namanya untuk internal sama eksternal, tapi ada beberapa informasi yang belum relevan kalo diliat-liat, karena menurut saya itu kan website, masa iya semuanya diunggah gitu bil, seperti halnya kegiatan webinar ya, hampir diunggah setiap hari, bingung mau bacanya yang mana, terus buat tampilan gambarnya kurang bgt, terus kaya rapat, ya walau cuman gambar dan sedikit release penjelasannya tapi ga harus dipublikasikan.”
- Bila : Bener juga sih fik, keliatannya begitu emangg, lanjut ya, menurut lo, informasi yang diunggah kedalam *website* itu udah teratur belum?
- Fikri : Kalo diliat ya bil, karena saking padetnya, jadi keliatan belum teratur, dan itu tadi dilihat dari *design visual* nya pun kurang menarik.
- Bila : Oke iya ya, terlihat padet jadi berantakan yaa, berarti menurut lo, informasi diwebsite nya padet nih?

- Fikri : Iya bil padet banget bil, jadinya yang menurut gue informasi yang bermanfaat malah ketutup gitu loh bil.
- Bila : Bener juga sih, harusnya kita ngeliat informasi yang memang bermanfaat, eh saking padetnya malah ketumpuk yaa, tapi fik menurut lo isi dari informasi di *website* mudah dimeherti ga?
- Fikri : Ada beberapa yang mudah di mengerti dan sulit di mengerti bil, hehe mungkin bahasanya ya yang terlalu formal bgt, ya maksudnya formal mah gapapa, tapi kan lebih memperhatikan siapa aja yang masuk ke *website* trisakti.ac.id.
- Bila : Selain isi nih ya fik, apa menurut lo kualitas pendukungnya seperti (gambar, diagram, video, dll) itu sudah baik?
- Fikri : Belum baik banget bil dalam hal-hal yang kaya begituan dah, masih banyak yang ga bagus, acak-acakan sih menurut gue.
- Bila : Iya ya fik, ga sesuai juga baground belakangnya gtu, tapi fik, menurut lo informasi apa sih yang seharusnya masuk ke *website*?
- Fikri : Nih ya bil, menurut gue tuh kaya kegiatan mahasiswa dalam UKM dan organisasi, atau ga kejuaraan dosen atau mahasiswa, terus kegiatan mahasiswa diluar Trisakti, yang buat harumin nama Trisakti deh bil pokoknya.
- Bila : iya bener banget Fik, kalo begitu kan jadi enak yaa diliatnya. Terakhir ya Fik, gimana harapan lo terhadap *website* trisakti.ac.id dalam memberikan informasi kepada internal dan eksternalnya?
- Fikri : okeh, sepertinya bil kaya dapat memberikan informasi yang bermanfaat yaaa, terus relevan supaya banyak yang tertarik buat membaca, dan juga diperbarui dsign visual nya dalam nya, supaya yang masuk *website* tuh suka dan nyaman gtu.
- Bila : *Thankyou* fikkk!!!
- Fikri : Sama sama bilaa!

TRANSKIP WAWANCARA 2

**Nama** : Anisa Suci Azahri

**Jurusan** : Keuangan

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Bila : Haloo Nisa, kita mulai ya, Nis apa kamu sering mengunjungi *website* trisakti.ac.id?

Nisa : Iya kak, sering kak.

Bila : baik, *website*-nya mudah diakses ga nis?

Nisa : Kadang mudah, kadang lola juga sih ka. Mungkin aku aksesnya siang, tapi kadang kalo emang lagi disuruh baca-baca info fakultas kan biasanya dishare ya kak di grup, mungkin banyak yang akses juga karena info dalam *website* tersebut.

Bila : okey, tapi menurut kamu Nis, apa tampilan *website* trisakti.ac.id menarik dan interaktif serta memberi kesan profesional bagi organisasi?

Nisa : Biasa aja sih menurutku ya kak, agak kurang dari segi *design*-nya aja sih kayaknya.

Bila : Kurangnya dimana Nis?

Nisa : Masih standar ka untuk kualitas *website* universitas menurutku, hehe

Bila : Okeh, memang terlihat juga seperti itu ya Nis, lanjut ya, Informasi apa yang Nisa butuhkan saat mengakses *website* trisakti.ac.id?

Nisa : Informasi yang relevan kak pastinya, hehe

Bila : Relevannya yang bagaimana Nis?

Nisa : Menurutku, seperti informasi terkait kegiatan kampus, atau pengenalan kampus itu sendiri, atau bisa kegiatan dari mahasiswanya kak.

Bila : boleh juga sih ya Nis, tapi menurut mu, Apakah ada informasi yang berlebihan didalam halaman *website*?

Nisa : Kalo dilihat sih ada kak, pernah baca juga, rada lupa, saking banyaknya informasi kak, terus mikir ko bisa informasi seperti ini masuk ya, begitu.

Bila : Sampai lupa ya Nis, hehe okeh lanjut yaa, menurut Nisa, apakah konten yang disediakan bermanfaat?

Nisa : kadang ada yang bermanfaat kadang juga ga bermanfaat sih kak, soalnya

kebanyakan konten yang disediakan itu2 aja"

- Bila : Terus juga, Apakah informasi yang diunggah didalam *website* dilakukan dengan secara teratur?
- Nisa : Menurut aku padet bgt sih kak
- Bila : Padet ya, jadi bingung ya Nis, hehee, lanjut ya apakah isi informasi dalam *website* mudah dimengerti?
- Nisa : Kadang dimengerti kadang juga engga, males baca kak sebenarnya kurang tertarik.
- Bila : Kurang terariknya kenapa Nis?
- Nisa : Ga tau kak, bahasanya kurang anak muda banget kakk, hehe
- Bila : Terlalu formal mungkin ya, karena *website* mungkin ya jadi begitu, menurut mu, Apakah kualitas pendukung (gambar, diagram, video,dll) untuk informasi sudah baik?
- Nisa : Menurut ku, kurang banget kak, terlihat berantakan karena kualitas gambar nya ga baik.
- Bila : Ga baiknya kenapa nis?
- Nisa : Ga baik aja kak terlihat kaya asal naro gambar terus dipakein *background*, *background*- nya juga ga sesuai dengan postingan sebelumnya, jd terlihat ga bagus.
- Bila : Baik Nisa, yang terakhir ya, Bagaimana harapan Anda terhadap *website* trisakti.ac.id dalam memberikan informasi kepada internal dan eksternalnya?
- Nisa : Semoga kualitas websitenya ditingkatkan ya, *design*-nya yang lebih menarik, terus juga informasinya ditingkatkan seperti halnya informasi yang berkualitas, dan jangan padet isi *website*-nya biar ga bingung2 banget.



TRANSKIP WAWANCARA 3

**Nama** : Putri Anindya Rizky

**Jurusan** : Keuangan

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Bila : Putriiii, mulai yaa, Put kamu sering mengunjungi *website* trisakti.ac.id?

Putri : Sering, tapi kalo ada perlu aja.

Bila : baik, apa *website*-nya mudak diakses?

Putri : Lumayan mudah di akses Bil.

Bila : Apa tampilan di *website* sudah menarik dan interaktif serta memberikan kesan professional bagi organisasi?

Putri : Menurutku bil, *website* trisakti tuh kurang ya, desainnya ga bagus, harusan warna ruang dalam websitenya tuh sesuai dari warna Trisakti ga sih, misal biru gitu, tetapi untuk beberapa penjelasan terkait kampus tuh lengkap, kegiatan dan segalanya masuk kedalam *website*, jadi kemungkinan biar yang masuk *website* dari dalem atau luar tau kalo *website*- nya ini aktif.

Bila : Informasi apa yang Putri butuhkan saat mengakses *website* trisakti.ac.id?

Putri : Informasi yang bermanfaat tentunya Bil, yang pastinya saat mengunjungi *website*-nya jadi tertarik buat membaca informasinya.

Bila : Baik Put, lanjut ya, berarti informasi didalam *website*-nya belum relevan/bermanfaat dong?

Putri : Lumayan sih bil, bingung juga kadang informasinya juga ga jelas dimasukin ke *website*.

Bila : Jadi kurang yaa keliatannya Put, jadi apa menurut kamu, informasi didalam *website* berlebihan?

Putri : Berlebihan sih engga ya bil, tapi ga jelas aja kadang informasinya hehe.

Bila : baik put, tapi menurut mu bermanfaat ga informasinya?

Putri : kadang bermanfaat kadang engga Bil, wkwk keliatan banget emang kalo yang ngelola tuh rata-rata udah tua Bil, jadi apa aja dimasukin dah tuh ke *website*.

Bila : baik Putri, hehehehe, lanjut deh yak, menurutmu informasi yang diunggah teratur ga?

- Putri : enggak sih menurutku yaa, kebanyakan yang diunggahnya dalam sehari Bil,
- Bila : padet ya put keliatannya?
- Putri : iya, padet keliatannya.
- Bila : Tapi informasi didalam *website*-nya mudah kamu mengerti put?
- Putri : kurang banget bil, orang mau baca aja udah ga tertarik, kan kubilang tadi informasinya terkadang ga jelas bil, masa semua di unggah wkwk.
- Bila : iya juga sih Put, tapi kalau kamu liat-liat nih ya, untuk kualitas pendukung (gambar, diagram, video,dll) untuk informasi sudah baik?
- Putri : Kurang baik banget Bila, kualitas gambarnya juga hasilnya ga bagus wkwk, ga bagus ga kaya *website* kampus lain, wkwk
- Bila : Putri kamu kenapa si, wkwk iya si jd terlihat biasa aja yaa karena kurang dari segi gambarnya. Jadi menurutmu, informasi seperti apa yang seharusnya diunggah kedalam *website* Put?
- Putri : informasi yang terbaru ya pastinya, yang jelas dan ada manfaatnya bagi internal maupun eksternal Bil.
- Bila : Yang terakhir ya Put, Bagaimana harapan Putri terhadap *website* trisakti.ac.id dalam memberikan informasi kepada internal dan eksternalnya
- Putri : Sempel ya Bil, harapan nya supaya dapat memperbaiki lagi dari segi memberikan informasi kepada internal maupun eksternal nya dan membuat *website* lebih menarik.
- Bila : Makasih Putri.

TRANSKIP WAWANCARA 4

**Nama** : Aidilia Adhata

**Jurusan** : Keuangan

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Bila : Hai Dil, mulai yaa wkwk, Dil apa kamu sering mengunjungi *website* trisakti.ac.id?

Aidil : Halo Bila, jarang Bila.

Bila : oh jarang, tapi pernah akses kan ke *website*-nya?

Aidil : pernah pastinya Bil.

Bila : menurutmu, tampilan *website* trisakti.ac.id menarik dan interaktif serta memberi kesan profesional bagi organisasi?

Aidil : kurang menurutku bil, bagaimana ya, aku jarang buka *website*-nya karena itu kurang menarik, palingan juga buka *website*-nya ga lama, Cuma liat beberapa informasi terkait fakultas ku saja.

Bila : baik Dil, terus informasi apa yang kamu butuhkan saat mengakses *website* trisakti.ac.id?

Aidil : *Update* tentang kampus Bil, tapi yang bermanfaat kalo bisa yang mengharumkan nama Trisakti hehe.

Bila : Informasi di dalam *website*-nya sudah relevan belum Dil?

Aidil : Ga semuanya relevan Bil, ada yang ga jelas juga informasinya.

Bila : Tapi berlebihan ga informasinya?

Aidil : Engga juga, hanya saja informasinya kurang relevan menurut aku. Kaya misal konten yang disajikan dengan kreatif gitu, pake gambar yang berkualitas, videografis atau infografis, dan kata-kata yang bagus dan milenial, informasinya juga harus bermanfaat sih. Biar yang baca tuh enak gitu loh, dan mudah dipahami juga.

Bila : Baik Dil, jadinya kalo diliat-liat ya, informasi yang diunggah didalam *website*- nya berantakan ga Dil?

Aidil : berantakan Bil, ga teratur juga, jadi keliatannya padet, udah gitu informasinya kadang ada yang penting kadang juga yang ga penting dimasukin ke *website*.

- Bila : jadinya terlihat ga tertarik untuk membaca ya Dil, menurut kamu, dalam kualitas pendukung (gambar, diagram, video,dll) untuk informasi sudah baik?
- Aidil : engga bagus sih, masih keliatan banget hanya dengan *screenshoot* terus tambahin *background*, keliatannya biasa aja, kurang bagus.
- Bila : ga tertarik banget ya Dil buat diliat, yang terakhir ya Dil, bagaimana harapan anda terhadap *website* trisakti.ac.id dalam memberikan informasi kepada internal dan eksternalnya?
- Aidil : diharapkan lebih rapi dan teratur dan *update* selalu tentang kampus Bil, untuk masalah *design visual* sih lebih penting, biar yang masuk websitenya tuh nyaman dan tertarik buat ngunjungi terus. Hehe
- Bila : makasih banyak Aidil.

TRANSKIP WAWANCARA 5

**Nama** : Siti Nurhaliza Kharisma

**Jurusan** : Keuangan

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Bila** : Hai Icha, kita mulai yuk, Ca, kamu sering mengakses *website* trisakti.ac.id ga?

**Icha** : Jarang Bil, kalau ada perlunya aja sih.

**Bila** : Menurut kamu, untuk tampilan *website* trisakti.ac.id menarik dan interaktif serta memberi kesan profesional bagi organisasi?

**Icha** : simple sih, tapi kurang aja menurut aku Bil, masih biasa aja, simpelnya simple biasa aja.

**Bila** : Baik Ca, lanjut ya, Informasi apa yang Icha butuhkan saat mengakses *website* trisakti.ac.id?

**Icha** : Informasi yang jelas tentunya Bil, kaya tentang kampus tapi yang memang bertujuan meningkatkan reputasi si kampus ya Bil.

**Bila** : Jadi menurut Icha, informasi di *website* -nya sudah relevan atau belum?

**Icha** : Kalo ditanya relevan sih pasti sudah ya, tapi ga semua, hehe ada juga informasi yang ga penting-penting banget dimasukin gitu.

**Bila** : Jadinya terlihat berlebihan atau gimana Ca?

**Icha** : Berlebihan sih engga Bil, tapi lebih ke gajelas aja gitu beberapa informasinya.

**Bila** : Baik, menurut Icha, informasi yang diunggah didalam *website* teratur ga keliatannya?

**Icha** : Engga wkwk, saking ga teraturnya Bil jadi keliatannya berantakan banget. Bingung mau bacanya yang mana.

**Bila** : Tapi Icha paham kan isi dari informasinya?

**Icha** : Terkadang paham, terkadang engga juga bil, mungkin yaa karena bahasa formal ya dimaklumi namanya *website*, tapi ngeliat dari *headline*- nya aja kadang males buat baca pasti isinya begitu2 aja karena informasi yang diunggah pastinya terkait webinar-webinar doang rata-rata.

**Bila** : baik, menurut Icha apa kualitas pendukung (gambar, diagram, video,dll)

untuk informasi sudah baik?

**Icha** : kalo masalah itu menurut aku masih ga banget ya Bil, soalnya gimana ya masih keliatan berantakan banget.

**Bila** : Memang sih ca, jawabannya pada sama sama yang lainnya, yang terakhir ya ca, Bagaimana harapan Icha terhadap *website* trisakti.ac.id dalam memberikan informasi kepada internal dan eksternalnya?

**Icha** : *Update* yang terbaru, bermanfaat, yang jelas serta design yang lebih diperbarui serta ditingkatkan yaa supaya reputasi Trisakti makin baik sih.

**Bila** : *Thankyou* Icha

TRANSKIP WAWANCARA 6

**Nama** : DR. DRG. DEWI PRIANDINI, SP.PM.  
**Jabatan** : Kelapa Humas Universitas Trisakti

**Bila** : Assalamualaikum ibu Dewi, ibuu saya mau mulai untuk wawancara ya buu. Ibu Dewi, siapa yang mengelola *website* trisakti.ac.id?

**Ibu Dewi** : Baik, untuk per-September untuk masalah konten, isi atau informasi dalam *website*, itu Humas yang bertanggung jawab, dan untuk IT nya secara garis besar ya lebih ke *design visual* dalam *website*-nya.

**Bila** : Menurut ibu, apakah *website* trisakti.ac.id sudah menarik?

**Ibu dewi** : Sudah, tapi sedang mau di *upgrade* untuk desain visulanya ya, kita sudah ada untuk *design*-nya, tinggal konfirmasi saja ke pihak IT nya.

**Bila** : Apakah informasinya juga akan diperbarui?

**Ibu Dewi** : Untuk informasinya sih sekarang kalau pas saya sudah menjadi kepala humas adanya perbaruan pastinya juga, supaya banyak yang mengunjungi websitenya. Kita juga menyediakan konten yang baik, transparan, kata-kata yang lugas, informal dan mudah dimengerti pastinya. Seperti halnya, kita sudah menerapkan link untuk membaca informasi terkait Trisakti dalam wibometrik, wibometrik itu seperti peringkat *website* internasional, yang memang bertujuan untuk menarik *visitor* masuk ke *website* trisakti.ac.id. allhamdulillah *website* trisakti dapet ranking puluhan kalau ga salah. Karena saya membuat beritanya seperti itu untuk mempermudah membaca informasi terkait kegiatan di Trisakti.

**Bila** : Okeh ibu, tapi apakah informasi yang diunggah itu adanya kesepakatan atau memang diunggah karena memang wajib untuk dipublikasikan bu?

- Ibu Dewi** : Adanya kesepakatan setiap fakultas, adanya perpanjangan tangan pada kesembilan fakultas, intinya mereka kita kasih kata kunci untuk materi fakultasnya untuk menjadi lebih spesifik, seperti halnya informasi terkait fakultas A, jadi mereka membuat sedikit *release* nya disertakan foto atau video, baru diserahkan ke pihak Humas, dan Humas kelola lagi kemudian menunggu jadwal untuk di posting kedalam *website* trisakti.ac.id.
- Bila** : Kenapa *website*-nya tidak digunakan oleh Humasnya saja?
- Ibu Dewi** : Iya tadi saya bilang, adanya perpanjangan tangan, jadi semuanya bisa masuk kedalam *website*. Tetapi untuk proses unggahan pastinya perantara dari Humas.
- Bila** : Baik ibu, tapi kalau saya liat-liat informasi yang diunggah lumayan banyak ya bu didalam *website*, ap aitu terlihat tidak berantakan bu?
- Ibu Dewi** : Engga ko, karena kita ada sembilan fakultas dan ada dua puluh lima prodi, perfakultas aja bisa dua informasi, missal ada acara apa, prodi dari masing-masing fakultas minta diliput, dan mereka minta di publikasikan. Jadi mau ga mau kita unggah supaya ada yang baca.
- Bila** : Lumayan ya bu, dan semua informasi diunggah apa tidak terlalu berlebihan bu?
- Ibu Dewi** : Tidak, jadi itu semua informasi masuk supaya internal maupun eksternal itu tau kalau kita itu aktif, terlihat beberapa informasi seperti halnya ucapan contohnya, bisa dikatakan bahwa itu bukti bahwa kita menjalin hubungan yang baik kepada karyawan kita. Untuk informasi yang seperti halnya webinar yang paling sering diunggah, ditunjukkan bahwa setiap fakultas itu aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatannya selama pandemi ini. Jadi menurut saya masih oke oke saja.
- Bila** : Baik ibu, bisa dipahami, tetapi untuk kualitas gambar nya bagaimana ya bu?
- Ibu Dewi** : Nah ini, sebenarnya kan memang Humas yang mengelola informasinya untuk diunggah, sering banget pihak dari perfakultas mengirim gambar seperti itu, ada yang mangap, kadang ngeblur gambarnya,



dari Humas memang kalau ada gambar begitu ga bakal di posting Lam, tetapi pihak fakultasnya yang komplain harus pake gambar, yasudah mau ga mau kita posting saja, begitu. Foto di *website* cuma *cover*-nya aja sih sebenarnya. Tapi pastinya akan kita perbarui terus sih.

- Bila** : Baik ibu, lanjut ya bu, apa didalam *website* adanya adanya privasi seperti *email*, informasi atau yang berkaitan dengan internal?
- Ibu Dewi** : Pasti ada dong, adanya privasi pastinya, untuk masalah *email*, pastinya langsung masuk ke *email* Humasnya ya, jika memang mau bertanya-tanya terkait kampus, ataupun yang sudah dicantumkan beberapa komunikasi yang bisa dihubungin, untuk informasi sih seperti tidak ada ya, ya tadi saya bilang kita mau terlihat aktif di *website* Lam.
- Bila** : Baik ibu Dewi, Terima kasih Informasinya. Mohon maaf ibu jika ada salah kata maupun disengaja atau tidak disengaja
- Ibu Dewi** : Tidak apa apa lam, kalau ada yang harus dibantu, bilang saja ya

**TRANSKIP WAWANCARA  
TRINGULATOR**

**Nama** : N. Rangga Wissesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom

**Status** : Praktisi Digital Branding dan Marketing

**Bila** : Bagaimana pandangan mas Rangga terkait *website* trisakti.ac.id? apakah sudah menarik atau belum?

**Mas Rangga** : Hmm iya, kalau saya liat tadi sekilas ya, mungkin menarik untuk mencari tau informasi dasar terkait Universitas Trisakti, saya liat sudah memenuhi ya, terlihat sudah memenuhi kebutuhan dari orang untuk mencari tahu apa itu Universitas Trisakti, dan juga ada nama-nama fakultasnya disini. Hanya saja, ada beberapa hal yang harus diperhatikan terkait dengan kebutuhan *audience*-nya, dilihat dulu *audience*-nya, apa memang untuk mahasiswa baru atau memang dia mencari potensial *customer*-nya gitu. Kalo dilihat disini, *user journey*-nya tersedia untuk ke fakultas-fakultas tersedia disini. Tetapi harus diperhatikan juga terkait *website* yang secure, mungkin yang orang IT ga bakal mau lama-lama nih di *website* ini, karena terkait dengan keamanan dll, belum *https*, standra sslnya belum ada nih, seharusnya Trisakti sudah harus memperhatikan ya terkait *security* ini. Menurut saya, ini yang hal penting dulu sih sebelum kita masuk ke konten.

**Bila** : Apakah menurut mas Rangga informasi dalam halaman "Berita Terkini" didalam *website* sudah memiliki keterbukaan yang baik?

**Mas Rangga** : Kalo disini dilihat, kalau informasi dasar sih udah ada ya, tentang trisakti, tentang pengajaran, guru besar, organisasi, intinya informasi terkait Universitas Trisakti sih sudah memenuhi ya, penghargaan yang diraih, prestasinya apa saja, itu sudah ada ya.

**Bila** : Baik mas, tetapi dari hasil wawancara kepada salah satu mahasiswanya, dia menyebutkan bahwa informasi didalam halaman *website*-nya ada yang tidak relevan untuk dipublikasikan, seperti

informasi internal yang masuk kedalam halaman *website*-nya seperti rapat dan sosialisasi, apakah menurut mas Rangga itu relevan untuk dimasukan kedalam *website* umum nya?

**Mas Rangga :** Iya, yang tadi saya bilang diawal, masih agak rancu, apakan Trisakti ini untuk *potensial customer* atau *ekstinse customer*. Kalau kaya saya yang maksudnya diluar Trisakti mungkin hal seperti ini gak relevan ya, ga penting untuk diketahui juga, mungkin itu tadi harus ada pembeda, masing-masing harus mempunyai *website*-nya sendiri jadi ga sembarangan untuk mengunggah segala informasi didalam satu *website* yang umum seperti trisakti.ac.id. Iya itu tadi, kalau mau memberikan informasi seperti itu, harus mempunyai *link*-nya tersendiri karena informasi tersebut bukan hal yang harus diketahui oleh pengunjung *website*-nya.

**Bila :** Apakah menurut Mas Rangga efektif jika informasi diunggah kedalam halaman *website* sebanyak empat sampai lima kali dalam satu hari?

**Mas Rangga :** Sebenarnya sih efektif saja, tadi Humasnya bilang kalau ada sembilan fakultas dan semua informasi disajikan, tetapi ya tadi, harusnya ada yang membedakan, jadinya kalau memang mau di unggah ya sebaiknya dihalaman *website* masing-masing fakultas saja, tidak perlu di *website* umum. Tetapi ya efektif saja karena ya itu tujuannya kan harus meng-*update* informasi.

**Bila :** Bagaimana menurut mas Rangga kualitas gambar yang disajikan dalam konten dihalaman *website*- nya?

**Mas Rangga :** Menurut saya, disini terlihat ada yang tidak menarik sih, seperti halnya konten terkait guru besar, atau informasi terkait webinar disini, seharusnya dibuat agak lebih menarik sih ya, dan yang paling memberikan kenyamanan dan keamanan untuk para *visitor*, kalau pengunjung udah ngerti, pasti mereka ga mau nih ngunjungi *website* Trisakti yang ga *security* kaya begitu, seharusnya di hindari deh, soalnya *hacker* itu kan makin banyak ya, jadi lebih baik kita cari aman saja.

LAMPIRAN  
HASIL DOKUMENTASI

