

DAFTAR ISI

SAMPUL LEMBAR SCAN KARTU MAHASISWA.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Rencana Kegiatan Praktik Kuliah Lapangan.....	5
1.5.1 Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Perusahaan	7
2.1.1 Profil Perusahaan.....	7
2.1.2 Logo dan Arti	8
2.1.3 Visi, Misi, Tata Nilai dan Budaya Perusahaan	9
2.1.4 Lokasi Perusahaan	10
2.2 Departemen Distribusi Wilayah I.....	13
2.2.1 Ranah Alur Kerja.....	13
2.2.2 Gudang Gresik	14
2.2.3 Struktur Organisasi Gudang Gresik	14
2.3 Produk PT. Petrokimia Gresik.....	15

2.3.1 Manfaat Petrofish	17
BAB III PEMBAHASAN.....	18
3.1 Tinjauan Pustaka.....	18
3.1.1 Komunikasi Pemasaran	18
3.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	18
3.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
3.1.3.1 <i>Media Social</i>	20
3.1.3.2 Karakteristik <i>Website</i> Sebagai Media Komunikasi Pemasaran ...	21
3.1.3.3 Efektivitas <i>Website</i>	22
3.2 Jenis Penelitian	23
3.2.1 Jenis Data	24
3.2.2 Pengumpulan Data	24
3.2.3 Metode <i>Simple Random Sampling</i>	26
3.2.4 Indikator Pengukuran	27
3.2.4.1 Skala Pengukuran	28
3.3 Hasil dan Pembahasan	28
3.3.1 Tampilan Laman <i>Website</i> Petrofish.....	28
3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.3.2.1 Uji Validitas.....	33
3.3.2.2 Uji Reliabilitas	35
3.3.3 Identifikasi Karakteristik Responden.....	36
3.3.3.1 Jenis Kelamin	36
3.3.3.2 Usia	36
3.3.3.3 Penghasilan Perbulan	37
3.3.3.4 Kepemilikan Usaha Tambak Ikan Atau Udang	37
3.3.3.5 Pengetahuan Terhadap Produk Petrofish	38
3.3.3.6 Media Komunikasi Yang Diketahui	38
3.3.4 Hasil Dimensi AIDA Pada <i>Website</i> Petrofish	39
3.3.4.1 Dimensi <i>Attention</i>	39
3.3.4.2 Dimensi <i>Interest</i>	41
3.3.4.3 Dimensi <i>Desire</i>	44
3.3.4.4 Dimensi <i>Action</i>	46
3.3.5 Hasil Analisis Efektivitas Dimensi AIDA <i>Website</i> Petrofish	49

3.3.5.1 Analisis Dimensi <i>Attention</i>	49
3.3.5.2 Analisis Dimensi <i>Interest</i>	50
3.3.5.3 Analisis Dimensi <i>Desire</i>	51
3.3.5.4 Analisis Dimensi <i>Action</i>	52
3.3.5.5 Efektivitas <i>Website</i> Petrofish.....	53
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	54
4.1 Simpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Realisasi Penjualan 2015-2019 Produk Petrofish	3
Tabel 1.2 Rencana Praktek Kerja Lapangan	6
Tabel 3.1 Data Realisasi Penjualan Tahun 2019 di Kecamatan Cerme	26
Tabel 3.2 Indikator Pengukuran.....	27
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 3.5 Hasil Analisis Dimensi <i>Attention</i>	49
Tabel 3.6 Hasil Analisis Dimensi <i>Interest</i>	50
Tabel 3.7 Hasil Analisis Dimensi <i>Desire</i>	51
Tabel 3.8 Hasil Analisis Dimensi <i>Action</i>	52
Tabel 3.9 Efektivitas <i>Website</i> Petrofish	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Petrokimia Gresik.....	8
Gambar 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Petrokimia Gresik	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departemen Distribusi Wilayah I	12
Gambar 2.4 Alur Distribusi untuk Daerah yang Dicover Gudang Gresik	13
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Gudang Gresik I.....	14
Gambar 2.6. Produk-produk pupuk PT. Petrokimia Gresik	15
Gambar 2.7. Produk-produk Non-pupuk PT. Petrokimia Gresik	16
Gambar 2.8. Spesifikasi dan Kegunaan Petrofish.....	17
Gambar 3.1 Tampilan Awal <i>Website</i> Petrofish	29
Gambar 3.2 Tampilan <i>Website</i> Pada Menu Manfaat dan Keunggulan Petrofish	30
Gambar 3.3 Tampilan <i>Website</i> Pada Menu Spesifikasi Petrofish	30
Gambar 3.4 Tampilan <i>Website</i> Pada Menu Beli Petrofish.....	31
Gambar 3.5 Tampilan <i>Website</i> Pada Menu Produk Kami.....	31
Gambar 3.6 Tampilan <i>Website</i> Pada Menu Brosur.....	32
Gambar 3.7 Uji Validitas.....	33
Gambar 3.8 Uji Reliabilitas	35
Gambar 3.9 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	36
Gambar 3.10 Data Responden Berdasarkan Usia Responden.....	37
Gambar 3.11 Data Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	37
Gambar 3.12 Data Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha Tambak	38
Gambar 3.13 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk	38
Gambar 3.14 Data Responden Berdasarkan Media Komunikasi yang Diketahui.....	39

Gambar 3.15 Hasil Kueisioner Indikator Nama Merek “Petrofish” Mudah Diingat.....	39
Gambar 3.16 Hasil Kuesioner Indikator Visualisasi (Warna, Gambar, <i>Design</i>) Dalam Laman <i>Website</i> Menarik Perhatian.....	40
Gambar 3.17 Hasil Kuesioner Indikator Informasi Dalam Laman <i>Website</i> Petrofish Menarik Perhatian.....	40
Gambar 3.18 Hasil Kuesioner Indikator Laman <i>Website</i> Produk Petrofish Membuat Ingin Tahu Lebih Dalam Mengenai Produk	41
Gambar 3.19 Hasil Kuesioner Indikator Laman <i>Website</i> membuat Tertarik Untuk Menggunakan Produk Tersebut	41
Gambar 3.20 Hasil Kuesioner Indikator Visualisasi (warna, gambar, <i>design</i>) Laman <i>Website</i> Membuat Tertarik Untuk Menggunakan Petrofish	42
Gambar 3.21 Hasil Kuesioner Indikator Informasi Dalam Laman <i>Website</i> Mudah Dipahami	43
Gambar 3.22 Hasil Kuesioner Indikator Tampilan Merek Dalam Laman <i>Website</i> Membuat Tertarik Untuk Menggunakan Produk Petrofish.....	43
Gambar 3.23 Hasil Kuesioner Indikator Laman <i>Website</i> Petrofish Memunculkan Keinginan Untuk Mencoba Produk Tersebut	44
Gambar 3.24 Hasil Kuesioner Indikator Visualisasi (warna, gambar, <i>design</i>) Dalam Laman <i>Website</i> Memunculkan Keinginan Untuk Mencoba Menggunakan Petrofish	45
Gambar 3.25 Hasil Kuesioner Indikator Informasi Dalam Laman <i>Website</i> Memberikan Keterangan Mengenai Keunggulan Produk Petrofish.....	45
Gambar 3.26 Hasil Kuesioner Indikator Tampilan Merek Dalam Laman <i>Website</i> Memunculkan Keinginan Untuk Mencoba Produk Petrofish.....	46
Gambar 3.27 Hasil Kuesioner Indikator Melihat Visualisasi (warna, gambar, <i>design</i>) Laman <i>Website</i> Membuat Saya Melakukan Pembelian Produk Petrofish.....	47
Gambar 3.28 Hasil Kuesioner Indikator Melihat Informasi Pada Laman <i>Website</i> Membuat Melakukan Pembelian Produk Petrofish	47

Gambar 3.29 Hasil Kuesioner Indikator Melihat Tampilan Merek Pada Laman *Website* Membuat Melakukan Pembelian Produk Petrofish 48

Gambar 3.30 Hasil Kuesioner Indikator Merekomendasikan Petrofish Kepada Teman/Kerabat..... 48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Persetujuan Magang

LAMPIRAN 2 Surat Keterangan Selesai Magang

LAMPIRAN 3 Catatan Konsultasi

LAMPIRAN 4 Buku Harian PKL

LAMPIRAN 5 Dokumentasi Praktik Kerja Lapangan

LAMPIRAN 6 Dokumentasi Wawancara

LAMPIRAN 7 Bukti Penyebaran Kuesioner

LAMPIRAN 8 Kuesioner Penelitian Dalam Bentuk *Google Form*

LAMPIRAN 9 Tabulasi Data

LAMPIRAN 10 Transkrip Wawancara