

PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL PADA PERUSAHAAN APVERSE DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI MELALUI WEBSITE

Sekar Tuti Muamiri
sskr.tmm@gmail.com
Universitas Islam Syekh Yusuf

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan website sebagai alat komunikasi efektif bagi APVerse, sebuah agensi kreatif di bidang digital marketing. Dalam era digital yang berkembang pesat, website menjadi platform utama untuk menyampaikan informasi kepada audiens dan klien. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengurus APVerse dan observasi terhadap website mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website APVerse berhasil menyampaikan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai layanan, identitas perusahaan, dan portofolio proyek. Fitur-fitur seperti testimoni klien dan informasi kolaborasi dengan perusahaan besar meningkatkan kredibilitas dan citra perusahaan. Penelitian ini menerapkan teori konvergensi media untuk menunjukkan integrasi konten dari platform lain, seperti YouTube, ke dalam website untuk meningkatkan profesionalisme. Penelitian ini menegaskan bahwa website APVerse merupakan pusat informasi bagi perusahaan dalam mendukung strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan di era digital.

Kata Kunci: Agensi Kreatif, Konvergensi Media, Pemasaran Digital, Komunikasi Digital, Website.

ABSTRACT

This study aims to explore the utilization of the website as an effective communication tool for APVerse, a creative agency in the field of digital marketing. In the rapidly evolving digital era, websites have become the primary platform for conveying information to audiences and clients. Using a descriptive qualitative approach, data was collected through interviews with APVerse management and observations of their website. The findings indicate that the APVerse website successfully delivers clear and comprehensive information regarding services, company identity, and project portfolios. Features such as client testimonials and information on collaborations with major companies enhance the agency's credibility and image. The application of media convergence theory also demonstrates the integration of content from other platforms, such as YouTube, into the website to enhance professionalism. This research emphasizes that the APVerse website serves as a vital information hub in supporting the company's marketing and communication strategies in the digital era.

Keywords: Creative Agency, Digital Marketing, Media Convergence, Digital Communication, Website.

PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat ini, teknologi telah mengubah cara perusahaan untuk berinteraksi dengan klien dan publik secara lebih luas dengan menggunakan Media digital. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi telah melahirkan media digital yang menarik, persuasif, dan manipulatif hadir dalam bentuk teks, audio, atau audiovisual (Makarawung & Fajar Wulandari, 2024).

Media digital kini telah menjadi alat komunikasi utama bagi perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada publik terkhusus bagi perusahaan yang memiliki pasar global, dan salah satu bentuk dari media digital yang sering digunakan oleh perusahaan adalah website. Website menjadi platform yang memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan berbagai informasi secara cepat dan efisien kepada audiens, tidak berfungsi

sebagai sumber informasi bagi klien, tetapi juga sebagai platform untuk membangun citra juga kepercayaan audiens dan klien terhadap perusahaan.

Website telah berkembang dari sekadar platform informasi menjadi alat komunikasi strategis yang mampu mencerminkan nilai, tujuan, serta komitmen perusahaan terhadap inovasi dan kualitas. Website dapat mempererat jarak antara perusahaan dan konsumen, sehingga komunikasi antara perusahaan dan konsumen menjadi lebih lancar, dan membantu pasar perusahaan menjadi lebih luas (Dewi et al., 2020).

Salah satu dari keunggulan Website yaitu memberikan informasi yang lebih efektif, efisien dan terupdate. Website juga memberikan suatu kemudahan dalam pengaksesannya untuk masyarakat di berbagai penjuru dunia dengan hanya menggunakan internet (Nurlailah & Nova Wardani, 2023). Dalam ranah bisnis, menggunakan media digital dan media sosial sebagai penyebaran informasi perusahaan sangat penting, karena media digital dan media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan perusahaan, layanan yang disediakan perusahaan, informasi perusahaan, dan kegiatan perusahaan secara lebih luas.

Munculnya fenomena di mana perusahaan mulai berpindah media untuk memberikan informasi mengenai perusahaannya secara lebih cepat dan bisa di akses secara global, didorong dengan berkembang pesatnya teknologi komunikasi digital atau internet yang bersifat multiplatform dan multiinformation. Hal ini juga merupakan respons dari perusahaan terhadap perkembangan pesat teknologi komunikasi digital dan internet. Hingga kini banyak perusahaan yang juga memanfaatkan berbagai macam platform media digital dan media sosial atau berpindah media untuk menyebarkan informasi perusahaan secara lebih luas.

Dilansir dari www.databoks.katadata.go.id data yang di unggah oleh Erlina dari East Ventures-Digital Competitiveness Indeks (EV-DCI) bahwa daya saing digital di seluruh provinsi Indonesia mencapai 38,5% pada tahun 2023, angka ini mengalami peningkatan dari sebelumnya sebesar 35,2% pada tahun 2022. Angka tersebut meningkat karena banyaknya perusahaan start-up di Indonesia yang sudah menyadari pentingnya penguatan fundamental bisnis. Indeks ini merangkum perbandingan daya saing digital di 38 provinsi dan 157 kota/kabupaten di Indonesia, dan didalam pengumpulan data tersebut, perusahaan digital maupun start-up juga ikut melakukan survei.

Hal inilah yang membuat APVerse, sebuah perusahaan Creative Agency yang bergerak di bidang Digital Marketing yang bertujuan untuk membantu klien memasarkan produk atau brand. Dengan cakupan yang luas di beberapa negara, APVerse sebagai sebuah creative agency juga memanfaatkan platform media digital website sebagai salah satu media utama untuk menyampaikan informasi dan publikasi terkait konten, layanan, serta informasi lainnya mengenai perusahaan APVerse. Creative Agency sendiri berarti sebuah perusahaan yang menawarkan berbagai layanan seperti periklanan, film, fotografi, event, dan lain sebagainya (Kadek et al., 2024)

Dengan mengacu pada Teori Konvergensi Media yang menjelaskan bagaimana berbagai bentuk media dan platform berinteraksi dan saling melengkapi dalam menyampaikan sebuah informasi. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana perusahaan APVerse memanfaatkan platform media digital website yang memiliki fokus untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan secara cepat dan luas, juga menganalisis bagaimana perusahaan APVerse menggabungkan berbagai jenis konten dari platform media lain seperti Youtube ke dalam website mereka.

Hal ini dikarenakan Website sebagai salah satu bentuk media baru yang tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi juga memungkinkan interaksi antara perusahaan dan klien yang ingin bekerja sama, juga dengan mempertimbangkan konteks di mana perusahaan APVerse beralih dari penggunaan platform media Youtube ke Website.

Melalui penelitian ini, akan di analisis apakah website APVerse sebagai pusat informasi utama perusahaan sudah memberikan informasi yang relevan mengenai perusahaan bagi klien dan audiens.

METODOLOGI

Dalam proses mengkaji pemanfaatan media digital pada perusahaan APVerse dalam menyampaikan informasi melalui website menggunakan Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif mengumpulkan hasil data dalam bentuk kata-kata, gambar-gambar dan bukan berupa angka. Peneliti menggunakan analisis deksriptif kualitatif dalam penelitian ini yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai perusahaan APVerse dalam memanfaatkan website sebagai media penyampaian informasi kepada audiens, dan klien. Penerapan teori konvergensi media membantu peneliti untuk memahami bagaimana APVerse beralih media dari platform YouTube ke Website, dengan mencapai tujuan untuk meningkatkan kepercayaan klien, dan portofolio perusahaan dalam pasar internasional.

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan 2 orang pengurus inti yang bertanggung jawab dalam pengelolaan website APVerse. Kemudian data yang diperoleh dalam proses observasi dan wawancara akan dianalisis secara kualitatif untuk menggambarkan komunikasi yang diterapkan dalam penyampaian informasi melalui website.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme untuk menggali konstruksi realitas dengan memahami bagaimana perusahaan APVerse membangun pemahaman tentang informasi yang disampaikan mengenai perusahaan secara lebih jelas kepada audiens dan klien. Selanjutnya penelitian ini menggunakan jenis penelitian Studi Kasus, dengan perusahaan APVerse sebagai objek studi, yang nanti nya peneliti akan mengkaji secara lebih mendalam bagaimana perusahaan APVerse memanfaatkan media digital yaitu website sebagai pusat penyebaran informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Founder dan Tim APVerse yang mengelola website, ditemukan bahwa website perusahaan berfungsi sebagai alat utama untuk menyampaikan informasi kepada audiens dan klien. Website perusahaan APVerse ini memang dibuat untuk memberikan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai layanan yang disediakan, identitas perusahaan, dan hasil proyek-proyek yang telah dikerjakan oleh APVerse serta menjadi pusat media mengenai perusahaan APVerse.

Analisis langkah demi langkah dilakukan oleh peneliti untuk memahami bagaimana website APVerse berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif bagi perusahaan, dengan menampilkan portofolio, testimoni klien, dan informasi penting mengenai perusahaan lainnya. Penelitian ini juga mengeksplorasi konvergensi media perusahaan, Pengelolaan website, Tujuan pembuatan website, Fitur-fitur yang digunakan dalam website hingga Informasi yang disampaikan oleh website APVerse.

Dari hasil wawancara dengan Narasumber 1 dan 2, ditemukan bahwa fitur yang ada dalam website APVerse ada yang memang dirancang khusus untuk menarik perhatian audiens dan klien/pengunjung website. Terlebih dengan fitur testimoni klien yang puas Fitur Our Client yang menjelaskan bahwa APVerse telah menjalani kolaborasi dengan perusahaan besar dari luar Indonesia, Fitur Portofolio dan Fitur About Us membuat nilai

tambah bagi perusahaan, dan menunjukkan bahwa Creative Agency APVerse ini memiliki kredibilitas dan citra sebagai agensi yang dapat diandalkan.

Hal ini menunjukkan bahwa APVerse adalah agensi kreatif yang tidak hanya fokus pada hasil, tetapi juga pada pengalaman dan kepuasan klien. Dengan menampilkan fitur-fitur yang mudah dipahami dan memadupadankan kreativitas dan inovasi baru serta fokus terhadap layanan apa yang disediakan dalam website membuat perusahaan ini memiliki reputasi baik sebagai agensi kreatif yang handal.

Kemudian dari hasil wawancara dengan Narasumber 1 dan 2, ditemukan bahwa website APVerse sudah menyampaikan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai berbagai aspek informasi perusahaan. Beberapa poin penting diungkapkan oleh kedua narasumber terkait kejelasan informasi di website APVerse, seperti Informasi yang terperinci dan disusun dengan rapih agar mudah dipahami audiens dan pengunjung, Portofolio yang menarik dengan menampilkan hasil dari proyek-proyek yang telah diselesaikan oleh APVerse dengan klien besar, Testimoni dari klien yang memberikan bukti sosial yang kuat tentang kemampuan agensi APVerse, Fitur interaktif seperti FAQ dan Connect with us yang dibuat untuk memudahkan audiens mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan Desain website yang User-Friendly dengan navigasi yang mudah dipahami agar pengunjung dapat menemukan informasi yang mereka cari tanpa kesulitan.

Secara Umum, website APVerse berhasil memanfaatkan media digital website dan menyampaikan informasi yang jelas dan terstruktur dengan baik dengan menampilkan informasi mengenai perusahaan, portofolio, testimoni klien, dan fitur interaktif. Dalam website APVerse, APVerse tidak hanya memberikan gambaran komprehensif tentang layanan mereka, tetapi juga membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata calon klien. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan APVerse memahami pentingnya komunikasi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan klien, juga menunjukkan bahwa APVerse memang memanfaatkan platform website untuk menyampaikan informasi yang jelas mengenai perusahaan APVerse.

Pembahasan

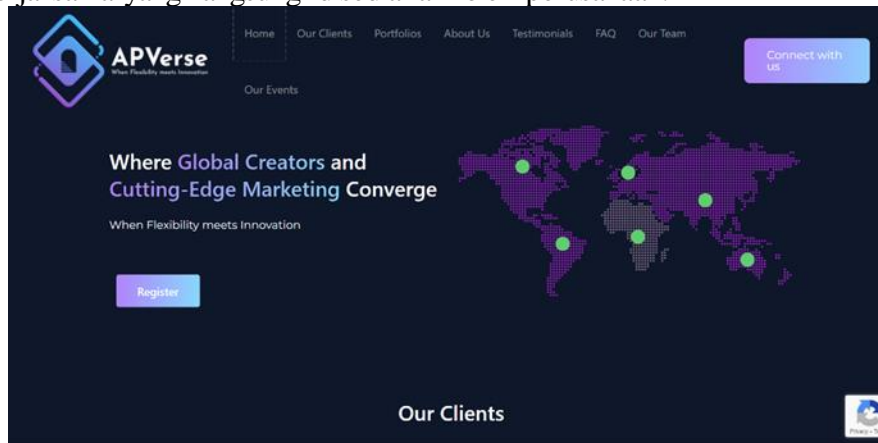
Dari hasil wawancara mendalam dengan Founder & CEO perusahaan APVerse, yakni Bapak Bisma Raka Perdana, Peneliti menemukan bahwa perusahaan APVerse memanfaatkan media digital website untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan, dan website ini dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pusat yang menyebarkan informasi mengenai perusahaan dengan cara mengintegrasikan konten dari platform media youtube ke website. Dengan demikian, teori yang digunakan dalam penelitian ini sangat relevan dengan apa yang disebut sebagai teori Konvergensi Media.

Teori konvergensi media menjelaskan mengenai bagaimana berbagai bentuk media dan platform digital saling berinteraksi dan berintegrasi. Dalam hasil penelitian dari wawancara bersama Bapak Bisma, integrasi konten dari youtube ke dalam website menunjukkan bahwa itu adalah upaya perusahaan APVerse untuk meningkatkan kredibilitas dan membuat perusahaan terlihat sangat profesional, hal ini di dukung dengan pernyataan dari Narasumber 1, Bapak Bisma yang menyatakan bahwa tujuan utama dalam dibuatnya website ini adalah untuk portofolio perusahaan, dikarenakan awalnya APVerse menggunakan YouTube untuk portofolio mereka, namun hal tersebut dinilai sangat tidak profesional lalu APVerse mencoba memanfaatkan platform website untuk membuat portofolio dan meningkatkan kredibilitas perusahaan dengan adanya website APVerse ini.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini relevan dengan teori konvergensi media, dan pemanfaatan website disini bukan hanya untuk menampilkan portofolio perusahaan, tetapi APVerse berharap dapat memberikan kesan profesional yang lebih baik dibandingkan menggunakan platform sebelumnya, juga dapat meningkatkan

kredibilitas perusahaan sebagai creative agency.

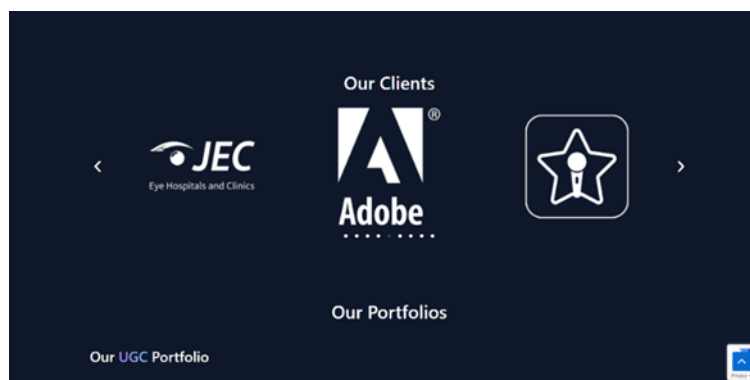
Dalam hasil wawancara mendalam bersama Bapak Bisma dan Bapak Ade, peneliti menemukan bahwa banyak fitur yang tersedia dalam website APVerse ini sendiri, dimulai dari fitur about us seperti Informasi tentang perusahaan, testimoni klien, Portofolio video perusahaan APVerse, hasil video UGC (User Generate Account), hasil video KOL (Key Opinion Leader), Klien yang sudah bekerja sama dengan perusahaan APVerse, Layanan yang disediakan oleh Perusahaan APVerse, Jaringan Global, Kelebihan dari perusahaan APVerse, Event yang sudah dilaksanakan oleh APVerse, Informasi Tim, serta formulir untuk bekerja sama yang langsung disediakan oleh perusahaan.



Gambar 1. Tampilan Home dalam website APVerse,
(Sumber: website APVerse)

Pada halaman ini dilengkapi dengan menu navigasi yang jelas dan intuitif, yang memungkinkan pengunjung dengan mudah menjelajah bagian lain dari website. Dalam halaman utama ini menampilkan teks dalam bahasa Inggris yakni “Where Global Creators and Cutting-Edge Marketing Converge” yang berarti “Tempat bertemunya Kreator Global dan Pemasaran Mutakhir”. Pada website APVerse ini bahasa yang digunakan adalah Bahasa Inggris, hal ini dikarenakan target pasar pada perusahaan APVerse adalah pasar global, dan bahasa yang sering digunakan adalah bahasa Inggris.

Fitur kedua, adalah fitur Our Client, yang berisikan informasi mengenai klien-klien yang telah bekerja sama dengan perusahaan. Fitur ini berfungsi untuk menampilkan kredibilitas dan reputasi perusahaan APVerse di Industri, serta memberikan bukti yang konkret tentang pengalaman dan keahlian perusahaan dalam menangani proyek-proyek yang beragam.

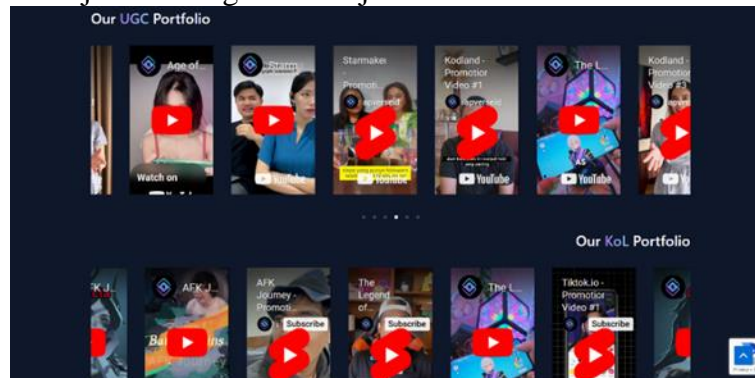


Gambar 2. Tampilan Our Client dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

Fitur ini menampilkan daftar-daftar klien yang telah berkolaborasi dengan APVerse, dalam website APVerse, menampilkan logo perusahaan besar dan terkenal. Dengan

menampilkan logo klien seperti ini pada tampilan website dapat menunjukkan bahwa mereka telah dipercaya oleh berbagai brand besar di Indonesia dan luar Indonesia. Dimulai dari perusahaan Adobe, Tencent, Lilith Games, Shell, Sharp, Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, Telkomsel, Indofood, Starmaker, Kodland, Olymptrade, dan JEC.

Fitur ketiga dalam website APVerse adalah Portofolio, yang menampilkan hasil kerja dan proyek yang telah dikerjakan oleh APVerse. Fitur ini menyajikan hasil video dari UGC dan KOL yang dapat menjadi pertimbangan bagi klien yang ingin bekerja sama, dan sejauh mana APVerse menghandle pekerjaan. Portofolio yang disediakan oleh website ini dibuat dengan video berkualitas tinggi yang dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hasil kerja APVerse.



Gambar 3. Tampilan Portofolio dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

Hal ini didukung dengan pernyataan dari Narasumber 1, yakni Bapak Bisma, yang menyatakan bahwa fitur ini memang dibuat khusus untuk menarik perhatian audiens, klien atau pengunjung website. Karena dengan adanya fitur ini membuat nilai tambah bagi website perusahaan APVerse, terlebih hasil dari video-video ini merupakan portofolio yang memang sengaja dibuat oleh perusahaan APVerse.

Fitur keempat dalam website APVerse adalah About Us, yang memberikan informasi mendalam mengenai perusahaan APVerse. Dalam bagian ini, APVerse tidak hanya menjelaskan informasi perusahaan lewat kata-kata, tetapi juga dengan penyampaian lewat visual, atau video yang sudah dikemas rapih yang menggambarkan perusahaan APVerse.



Gambar 4. Tampilan About Us dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

Fitur ini menyajikan profil lengkap mengenai APVerse yang disajikan dalam bahasa Inggris yang bertuliskan “Imagine a world where your brand’s story is told through the voices of global creators and the pulse of modern marketing. ApVerse, we turn that vision into reality. We’re not just a marketing agency; we’re your gateway to a future where creativity and strategy converge to create unforgettable brand experiences,” yang berarti “Bayangkan sebuah dunia di mana kisah merek Anda diceritakan melalui suara para pencipta global dan denyut pemasaran modern. APVerse, kami mengubah visi itu menjadi

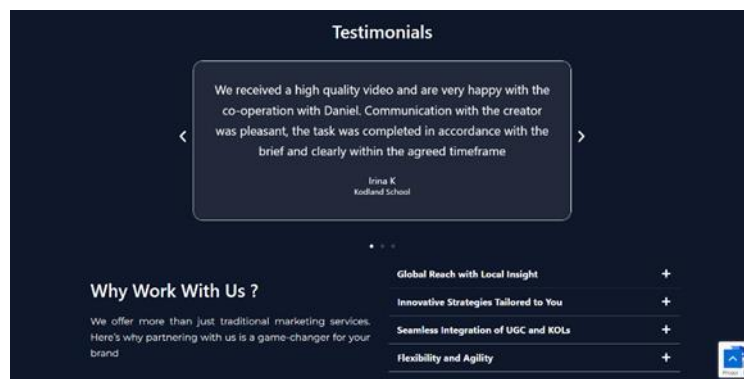
kenyataan. Kami bukan sekadar agensi pemasaran; kami adalah pintu gerbang Anda menuju masa depan di mana kreativitas dan strategi menyatu untuk menciptakan pengalaman merek yang tak terlupakan.”

Dalam hal ini, perusahaan APVerse sudah memberikan informasi yang jelas mengenai perusahaannya. Karena dalam about us, sudah menggambarkan mereka sebagai Creative Agency yang menggabungkan kreativitas dan strategi, juga menggambarkan visi misi perusahaan APVerse. Penjelasan fitur about us ini sudah menghasilkan gambaran yang jelas baik dengan kata-kata atau pun visual yang jelas mengenai perusahaan APVerse sebagai agensi kreatif yang membantu pemasaran produk klien.

Hal ini didukung dengan pernyataan dari Narasumber 2, Bapak Ade Setiawan, yang menyatakan bahwa menurutnya penyampaian informasi yang disampaikan dalam website APVerse ini sudah sangat jelas karena memenuhi beberapa kriteria, dimulai dari informasi mengenai perusahaan APVerse sendiri, dan diperkuat oleh portofolio perusahaan.

Fitur Kelima dalam website APVerse adalah Testimonials dan FAQ, Fitur ini menyajikan kutipan langsung, atau komentar dari klien yang telah menggunakan jasa APVerse. Umpan Balik ini mencakup pengalaman mereka selama bekerja sama, hasil yang dicapai, dan kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh agensi APVerse. Dengan menampilkan umpan balik atau testimoni ini, APVerse dapat menunjukkan bahwa mereka memiliki rekam jejak yang baik dalam memenuhi kebutuhan klien.

Kemudian fitur FAQ (Frequently Asked Questions) atau pertanyaan yang sering diajukan di website APVerse berfungsi untuk menjawab pertanyaan umum yang mungkin akan ditanyakan oleh pengunjung dan calon klien. Bagian FAQ ini disusun dalam format seperti Q&A (Question and Answer) yang sederhana, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan jawaban atas pertanyaan mereka dengan cepat. Dan setiap pertanyaan yang disediakan, diberikan jawaban yang informatif juga. Pertanyaan tersebut dikelompokkan berdasarkan topik, seperti layanan apa yang ditawarkan, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Tampilan Testimonial dan FAQ dalam website APVerse
(Sumber: website APVerse)

Fitur ini merupakan fitur yang membantu menjelaskan kepada pengunjung mengenai kinerja dari Tim Agensi APVerse, juga membantu memberikan informasi terlebih dahulu terkait apa yang ingin ditanyakan oleh klien sebelum mereka bertanya. Hal ini sangat penting, dengan apa yang sudah disediakan di website APVerse seperti testimonial dan FAQ, akan membantu untuk meningkatkan kepercayaan calon klien untuk berkolaborasi atau bekerja sama dengan APVerse.

Selain itu bisa membantu audiens, pengunjung untuk mengurangi kebingungan, dikarenakan sudah terdapat fitur FAQ yang dapat menjawab pertanyaan umum yang sering diajukan oleh klien, dengan memberikan jawaban yang jelas, klien dapat merasa lebih nyaman dan terinformasi sebelum mengambil keputusan untuk bekerja sama. Serta dengan

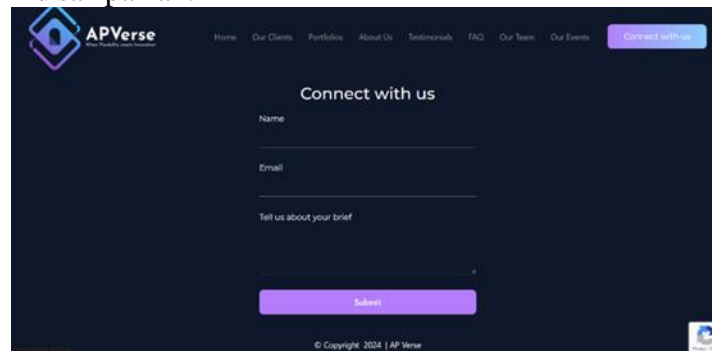
informasi yang tersedia di bagian FAQ, klien dapat dengan cepat menemukan jawaban atas pertanyaan mereka tanpa harus menunggu respons dari Tim PR APVerse.

Hal ini didukung dengan pertanyaan dari Narasumber 1, yakni Bapak Bisma Raka Perdana yang menyatakan bahwa mereka mencatumkan testimonial dari beberapa klien yang sudah bekerja sama dengan APVerse. Dalam pembuatan testimonial ini disusun secara rapih dan sebaik mungkin ketika ada feedback atau umpan balik yang diberikan oleh klien terhadap perusahaan.

Pernyataan ini menegaskan dan menjelaskan mengenai pentingnya fitur testimonial, Bapak Bisma menekankan bahwa testimonial disusun secara rapih, dan hal ini menunjukkan bahwa APVerse memperhatikan informasi yang disampaikan di website mereka. Kemudian pernyataan mengenai umpan balik dari klien akan langsung diposting, menunjukkan bahwa APVerse bersikap responsif dan proaktif dalam mengelola testimonial. Ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus memperbaiki layanan dan mendengarkan suara klien.

Kemudian, Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan dari Narasumber 2, yakni Bapak Ade Setiawan, yang menyatakan bahwa fitur testimonial ini adalah salah satu fitur yang memang dibuat khusus untuk menarik perhatian klien dan pengunjung. Dengan menonjolkan fitur testimonial dari klien, fitur ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membangun kepercayaan dari calon klien, bahwa apa yang sudah dikerjakan oleh agensi APVerse menunjukkan keberhasilan, pengalaman, dan kemampuan Tim Agensi APVerse.

Fitur ke-enam adalah fitur Connect With Us, yang berisikan formulir untuk calon klien yang ingin menghubungi Tim Agensi APVerse. Fitur ini memang dirancang untuk memudahkan komunikasi antara perusahaan dan klien, serta memberikan kesempatan bagi calon klien untuk menjalin hubungan dengan perusahaan APVerse. Formulir ini di desain sederhana mungkin agar calon klien dapat memasukkan informasi seperti nama, email, dan apa yang ingin disampaikan.

The image shows a screenshot of the APVerse website's contact form. The form is titled "Connect with us" and is set against a dark blue background. It includes a navigation menu at the top with links for Home, Our Clients, Portfolio, About Us, Testimonials, FAQ, Our Team, and Our Events. A prominent purple "Connect with us" button is located in the top right corner. The form itself consists of three input fields: "Name", "Email", and "Tell us about your brief". A purple "Submit" button is positioned at the bottom of the form. The footer of the page contains the text "© Copyright 2024 | AP Verse" and a small logo in the bottom right corner.

Gambar 6. Tampilan Connect with us dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

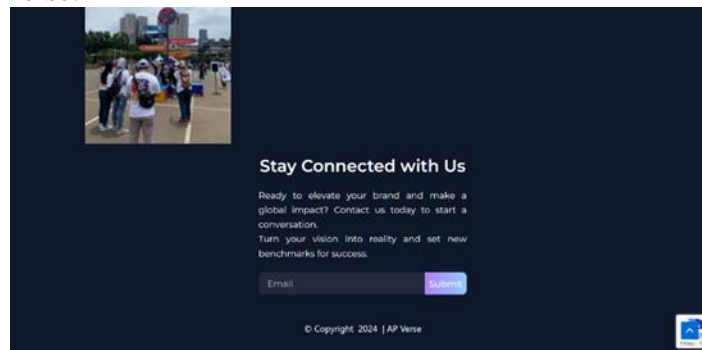
Hal ini didukung dengan pernyataan dari Narasumber 1, Bapak Bisma Raka Perdana selaku Founder & CEO dari Creative Agency APVerse yang menyatakan bahwa fitur ini memang dibuat untuk klien yang ingin bekerja sama dengan APVerse. Formulir ini akan terhubung dengan e-mail perusahaan APVerse, dan mereka memang memberikan beberapa pertanyaan dan apa yang harus calon klien isi terkait apa tujuannya mereka menghubungi agensi APVerse.

Fitur ke-tujuh dalam website APVerse adalah fitur Our Event. Fitur ini menyajikan foto-foto atas apa yang telah dilaksanakan oleh perusahaan APVerse, atau event apa saja yang sudah dilaksanakan. Seperti Seminar, Workshop, Konferensi, dan Event-Event lainnya. Fitur ini membantu audiens untuk mengetahui kegiatan apa saja yang sudah dilaksanakan oleh perusahaan APVerse. Fitur ini dilengkapi dengan gambar-gambar yang dapat menarik perhatian audiens dan klien tentang suasana dan pengalaman yang ditawarkan.



Gambar 7. Tampilan Our Event dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

Fitur terakhir dalam website APVerse adalah fitur e-mail yang disediakan oleh APVerse untuk klien yang ingin bekerja sama dengan APVerse. Fitur ini memungkinkan calon klien untuk menghubungi tim APVerse lewat e-mail, apabila klien meng-klik submit dalam fitur dibawah ini setelah mengisi email mereka, lalu mereka akan langsung terhubung dengan email APVerse.



Gambar 8. Tampilan e-mail dalam website APVerse.
(Sumber: website APVerse)

Hal ini didukung dengan pernyataan dari Narasumber 1, Bapak Bisma Raka Perdana yang menyatakan bahwa kolom e-mail yang disediakan oleh perusahaan APVerse ini memang dikhususkan untuk klien yang ingin bekerja sama dengan kita, dan kolom email tersebut akan langsung terhubung ke dalam fitur formulir yang sudah dijelaskan di atas

KESIMPULAN

Dari Hasil Penelitian Dan Pembahasan Yang Telah Dilaksanakan, Dapat Disimpulkan Bahwa Website Apverse Berfungsi Sebagai Alat Komunikasi Yang Efektif Dan Strategis Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Audiens, Klien, Dan Pengunjung. Dalam Era Digital Yang Kian Berkembang Saat Ini, Apverse Memanfaatkan Website Sebagai Platform Utama Untuk Memberikan Informasi Yang Jelas, Komprehensif, Dan Terstruktur Mengenai Layanan, Identitas Perusahaan, Serta Hasil Proyek Yang Telah Dikerjakan.

Website Apverse Tidak Hanya Berfungsi Sebagai Sumber Informasi, Tetapi Juga Sebagai Media Untuk Membangun Citra Dan Kepercayaan Di Mata Klien. Fitur Yang Disediakan Seperti Portofolio, Testimoni Dan Informasi Tentang Kolaborasi Dengan Perusahaan Besar, Menunjukkan Kredibilitas Dan Reputasi Apverse Sebagai Agensi Kreatif Yang Handal. Selain Itu, Fitur Interaktif Seperti FAQ Memudahkan Pengunjung Untuk Mendapatkan Informasi Yang Mereka Butuhkan.

Penerapan Teori Kovergensi Media Dalam Penelitian Ini Juga Menunjukkan Bahwa Apverse Berhasil Mengintegrasikan Konten Dari Platform Lain, Seperti Youtube Ke Dalam Website Mereka. Hal Ini Tidak Hanya Membuat Perusahaan Terlihat Profesional, Tetapi Juga Memperluas Jangkauan Informasi Yang Dapat Diakses Oleh Klien Di Seluruh Dunia.

Apverse Berhasil Menyampaikan Informasi Yang Relevan Dan Menarik, Serta

Memenuhi Kriteria Kejelasan Dan Kemudahan Akses. Dengan Demikian, Apverse Menunjukkan Bahwa Mereka Mempertahankan Klien, Serta Beradaptasi Dengan Perkembangan Teknologi Digital Untuk Mencapai Tujuan Bisnis Mereka. Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Website Apverse Merupakan Pusat Informasi Yang Jelas Dalam Mendukung Strategi Pemasaran Dan Komunikasi Perusahaan Di Era Digital.

Diharapkan Agensi Apverse Bisa Memberikan Pengembangan Fitur Interaktif Tambahan, Seperti Chatbox, Dan Fitur-Fitur Interaktif Tambahan Lain Agar Bisa Meningkatkan Kredibilitas Website Apverse. Dengan Adanya Chatbox, Pengunjung Bisa Langsung Berkomunikasi Secara Langsung Dengan Tim Apverse. Selain Itu, Diharapkan Apverse Juga Bisa Memberi Pilihan Bahasa Sesuai Bahasa Negara, Dikarenakan Website Apverse Saat Ini Hanya Full Menggunakan Bahasa Inggris, Penambahan Bahasa Ini Bertujuan Untuk Memudahkan Penyampaian Informasi Dan Meningkatkan Aksesibilitas Bagi Klien Dan Pengunjung. Dengan Implementasi Fitur Ini, Dapat Membangun Dan Meningkatkan Citra Perusahaan Sebagai Agensi Yang Profesional Dan Adaptif Terhadap Kebutuhan Pasar Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. A., Fitria, L., Desrianty, A., Afifah, A. U., & Dzaky, M. F. (2020). The Development of Company Profile Website for CV. Rian using Waterfall Model SDLC. *REKA ELKOMIKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 75–85.
- Kadek, I., Putra, S. W., Agung, A., Bagus Udayana, G., Bagus, I., & Trinawindu, K. (2024). PERAN AGENSI KREATIF SEBAGAI MARKETING DAN BRANDING PERUSAHAAN ATAU UMKM DI ERA DIGITAL. *ISI Denpasar*, 1–7.
- Makarawung, Y. A., & Fajar Wulandari, Y. (2024). Analisis Konten TikTok dalam Komunikasi Politik Capres-Cawapres di Pemilu 2024 untuk Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(4).
- Nurlailah, E., & Nova Wardani, K. R. (2023). PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI OLEH-OLEH KHAS KOTA PAGARALAM. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1175–1185.
- Santika, E. F. (2023). Daya Saing Digital Indonesia Naik pada 2023, Didorong Kesiapan SDM hingga Peran Pemerintah. *Www.Databoks.Katadata.Go.Id*. Diakses Pada <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9064dd831ed68b4/daya-saing-digital-indonesia-naik-pada-2023-didorong-kesiapan-sdm-hingga-peran-pemerintah>
- Sari, N., & Ramli, M. R. (2024). Jurnal Ilmu Komunikasi UHO :Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi TRANSFORMASI NET TV: PENGGUNAAN NETVERSE DALAM ERA KONVERGENSI MEDIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(4), 894–908.