

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI PENGELOLAAN
KARAKTERISTIK WEBSITE UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
WEBSITE MAJALAH POPULAR**

TUGAS AKHIR



**RICHARD
1131003077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI PENGELOLAAN
KARAKTERISTIK WEBSITE UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
WEBSITE MAJALAH POPULAR**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**RICHARD
1131003077**

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

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Richard

NIM : 1131003077

Tanda Tangan : 

Tanggal : 11 September 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Richard

NIM : 1131003077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Penerapan *Digital Marketing* melalui Pengelolaan Karakteristik *Website* untuk Membangun *Brand Awareness* *Website* Majalah Popular

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si ()

Penguji 1 : Mirana Hanastasia, S.Sos., MMediaPrac 

Penguji 2 : Dra. Suharyanti., M.S.M 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 September 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karuniannya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul **“Penerapan Digital Marketing melalui Pengelolaan Karakteristik Website untuk Membangun Brand Awarness Website Majalah Popular”**. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Penulis mengharapkan tugas akhir yang telah dibuat ini memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung penulis. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan terimakasih penulis ucapan kepada :

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Kepala Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang sekaligus menjadi pembimbing akademik penulis dan terus memberikan masukan dan saran kepada penulis yang juga menjadi dosen pembahas pada saat seminar proposal dalam memberikan masukan kepada penulis.
2. Ibu Dr. Prima Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan pembuatan tugas akhir ini.
3. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan dan berbagi pengalaman kepada penulis.
4. Keluarga besar penulis Bahoesin, terutama Daddy, Mami, Michelle, Denville, Nenek, Tante Empi, Om Ramlan, Dinara, dan Andra yang selalu memberikan doa dan memberikan semangat kepada penulis.
5. Sepupu penulis Karel Ade Putra yang selalu menyemangati dan membantu penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Kekasih penulis Azalea Aniendhita Natasya yang selalu mendukung dan mendorong niat penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat penulis, Canutus Abraham Siahaan yang telah membantu penulis dengan meminjamkan laptop selama kurang lebih setahun lamanya hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabat penulis, Syima, Tatcha, Aprita, Abel, Ugie, Bang Dimas, Devan, Haqi, Sony, Bimo yang telah membantu dan menghibur penulis selama berkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Tim Kadit Rudit, Kayis, Karel dan Mucil yang telah bersama-sama mengurangi waktu tidur dengan penulis hingga tugas akhir ini selesai.
10. Teman-teman Marcommuilezer 2013 yang telah mendukung dan memberikan masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua bagian Komunal 2013 yang selalu kompak mendukung satu sama lain, serta berbagi keceriaan maupun kesedihan selama masa perkuliahan ini.
12. Adek-adek tutorial “ETDA”, Emil, Teo, Danang, dan Ara yang telah memaksa agar penulis cepat-cepat lulus dari perkuliahan.
13. Teman-teman Komunal 2010, Komunal 2011, Komunal 2012, Komunal 2013, Komunal 2014, Komunal 2015 dan Komunal 2016 yang telah menjadi keluarga baru penulis selama berkuliahan.
14. Dan seluruh kerabat yang telah berjasa dalam tugas akhir ini yang tidak bisa diucapkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi masyarakat secara luas dan dapat membawa manfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan.

Jakarta, 15 Agustus 2017

Richard

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Richard
NIM : 1131003077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Nonekslusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Penerapan *Digital Marketing* melalui Pengelolaan Karakteristik *Website* untuk Membangun *Brand Awarness Website* Majalah Popular”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 September 2017

Yang menyatakan,



Richard

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI PENGELOLAAN
KARAKTERISTIK WEBSITE UNTUK MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS WEBSITE MAJALAH POPULAR**

Richard

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *digital marketing* melalui pengelolaan *website* yang dilakukan oleh tim dari *website* Majalah Popular dalam membangun *brand awareness* dari www.popular-world.com. Berangkat dari teori *digital marketing*, penulis mengangkat topik *digital marketing* melalui pengelolaan karakteristik *website* agar membuat strategi yang sesuai dengan karakteristik dalam pengelolaan *website* Majalah Popular dalam membangun *brand awareness*-nya yang menggunakan indikator-indikator agar dapat tercapai. Majalah pria dewasa merupakan salah satu media cetak hiburan yang sangat eksis dikalangan pria dengan adanya perkembangan *digital* saat ini maka majalah akan semakin ditinggalkan, karena itu majalah sebagai media cetak harus melakukan ekspansi dalam segi pemasaran yang konvensional menjadi majalah yang berbasis dengan *digital marketing* atau *online* yaitu *website* yang bertujuan untuk menjangkau konsumen yang saat ini sudah beraktivitas secara *digital*. Disamping banyaknya *website* majalah pria dewasa, *website* Majalah Popular www.popular-world.com menggunakan pengelolaan karakteristik agar dapat dikenali dan terciptanya *awareness* dari konsumen terhadap *website*, khususnya konsumen majalah pria dewasa di Indonesia. Metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara secara mendalam dipilih guna untuk menjelaskan secara dalam mengenai pengelolaan karakteristik *website* Majalah Popular dalam membangun *brand awareness* dari *website* www.popular-world.com. Hasil penelitian ini menunjukkan proses pengelolaan karakteristiknya yaitu *easy of use*, *website content*, *security/privacy*, *reliability*, *customer service* dan *interactivity*, disesuaikan dengan indikator-indikator *brand awareness* seperti *recall*, *recognition*, *purchase*, dan *consumption* untuk membangun *brand awareness* dari *website* Majalah Popular.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Karakteristik *Website*, *Brand Awareness*, *Website* Majalah Popular

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI PENGELOLAAN
KARAKTERISTIK WEBSITE UNTUK MEMBANGUN BRAND
AWARENESS WEBSITE MAJALAH POPULAR**

Richard

ABSTRACT

This research aims to determine the application of digital marketing through website management that has been done from the website of Popular Magazine in building brand awareness from www.popular-world.com. From digital marketing theory, the writer comes with digital marketing topic through the management characteristics of the website to create a strategy that matches with characteristics in the management of the website of Popular magazine to build brand awareness using indicators to make it achieved. Adult men's magazine is one of the entertainment print media that has been exist among men, with the digital development the magazine will be abandoned, so the magazine as a print media should do some expansion in terms of conventional magazine to digital marketing magazine or online that also known as website and it aims to reach consumer who are currently engaged in digital. Besides there are a lot of adult men's magazine, website of popular magazine www.popular-world.com use management characteristic to be recognized and create awareness from consumers to the website, especially consumers of adult men's magazine in Indonesia. This research used descriptive qualitative method and also in depth interview. This method are chosen to explain more deeply about management characteristics of the website and also to build brand awareness from popular website www.popular-world.com. The result showed the process of management characteristics such as easy easy of use, website content, security/privacy, reliability, customer service and interactivity, that has been adjusted with indicators of brand awareness such as recall, recognition, purchase, and consumption to build brand awareness from website of Popular Magazine.

Keywords: *Digital Marketing, Website Characteristics, Brand Awareness, Website of Popular Magazine*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II: KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka	
A. <i>Marketing Communication</i>	21
B. <i>Digital Marketing</i>	23
C. <i>Brand Awareness</i>	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	30
3.2 Obyek dan Subyek Penelitian	31

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	
3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	
3.4.1 Definisi Konseptual	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	35
3.5 Teknik Analisa Data	36
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	37
3.7 Batasan dan Fokus Penelitian	37

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1 Sejarah Majalah Popular	38
4.1.2 Visi	40
4.1.3 Misi	40
4.1.4 Produk	40
4.1.5 Klien Tetap	41
4.1.6 Struktur Organisasi	44
4.1.7 Gambaran Subyek Penelitian	45
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Pengelolaan Karakteristik <i>Website</i>	48
4.2.2 Membangun <i>Brand Awareness</i> <i>Website</i> Majalah Popular	
4.2.2.1 Indikator Recall	62
4.2.2.2 Indikator <i>Recognition</i>	63
4.2.2.3 Indikator <i>Purchase</i>	65
4.2.2.4 Indikator <i>Consumption</i>	66
4.3 Pembahasan	
4.3.1 Penerapan <i>Digital Marketing</i> melalui Pengelolaan Karakteristik <i>Website</i> Majalah Popular.....	68
4.3.1.1 <i>Easy of Use</i>	68
4.3.1.2 <i>Web Content</i>	71
4.3.1.3 <i>Security/Privacy</i>	74
4.3.1.4 <i>Reliability</i>	76

4.3.1.5 <i>Customer Service</i>	76
4.3.1.6 <i>Interactivity</i>	78
4.3.2 Proses membangun <i>awareness website</i> Majalah Popular melalui indikator <i>Brand Awareness</i>	80
4.3.2.1 <i>Recall</i>	81
4.3.2.2 <i>Recognition</i>	84
4.3.2.3 <i>Purchase</i>	88
4.3.2.4 <i>Consumption</i>	91
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	96
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	100
 DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	5
Gambar 1.2	
Peningkatan Jumlah Internet di Indonesia	6
Gambar 2.1	
Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1	
Analisis Model Interaktif Miles dan Huberman	36
Gambar 4.1	
Logo Papilon Media Kreasi	39
Gambar 4.2	
Beberapa Klien Papilon Media Kreasi	41
Gambar 4.3	
<i>Strategic Media Partners</i> Papilon Media Kreasi	44
Gambar 4.4	
Struktur Organisasi Papilon Media Kreasi	49
Gambar 4.5	
Fariz Sanjaya	46
Gambar 4.6	
Faisal	46
Gambar 4.7	
Iqbal	47
Gambar 4.8	
Tampilan <i>Mobile Site</i>	51
Gambar 4.9	
Konten yang disiapkan Website Majalah Popular	52
Gambar 4.10	
Contoh Konten <i>Website Majalah Popular</i>	53
Gambar 4.11	
<i>Log in Facebook</i>	55

Gambar 4.12	
Konten <i>Event</i> Majalah Popular Melalui <i>Website</i>	57
Gambar 4.13	
<i>Customer Service</i>	59
Gambar 4.14	
Fitur <i>Interactivity</i>	61
Gambar 4.15	
Kolom Komentar	61
Gambar 4.16	
<i>Home Article</i>	72
Gambar 4.17	
Rubrik <i>Website</i>	73
Gambar 4.18	
<i>Promotion Slot</i>	74
Gambar 4.19	
<i>Facebook</i> Majalah Popular	87
Gambar 4.20	
<i>Caption Instagram</i> Majalah Popular	88
Gambar 4.21	
Fitur <i>Vote Miss Popular</i>	94

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1

Hasil Penelitian Sebelumnya 13