

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PT ASTRA  
GRAPHIA Tbk MELALUI *WEBSITE* DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu  
Sosial, Universitas Bakrie**



**HEDENA SUCIA PUTRI  
1151003028**

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

**JAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS**

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

**Nama : Hedena Sucia Putri**

**NIM : 1151003028**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 05 Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hedena Sucia Putri

NIM : 1151003028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT Astra Graphia Tbk melalui  
*Website dalam Meningkatkan Brand awareness*

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

Penguji 1 : Rangga Wiwesa S.I.Kom., M.I.Kom

Penguji 2 : Tri Nuraini, S.E., M.Sc



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Agustus 2019

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie yang berjudul **AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PT ASTRA GRAPHIA TBK MELALUI WEBSITE DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS** ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

### 1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala

Puji dan syukur selalu peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu sesuai dengan yang diinginkan oleh penulis.

### 2. Ayah Jon Raefi, Ibu Baiyar, Adik Chintia Adinda Putri, Adik Cakra Budiman Putra dan Seluruh Anggota Keluarga Penulis

Terima Kasih karena selalu mendukung dalam menggapai cita-cita Peneliti yang mungkin sangat tinggi sehingga terkadang membebani, namun tidak pernah lelah untuk mendukung dan menyemangati Peneliti untuk terus menjalankan terutama dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga selesai. Terima Kasih atas kasih sayang dan doa-doa baik kepada Peneliti dan selalu mengingatkan peneliti untuk berusaha keras dalam menggapai cita-cita dan selalu ingat kepada Allah.

### **3. Ibu Suharyanti, M.S.M**

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Ibu Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Peneliti dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Terima kasih untuk selalu mendukung mahasiswa-mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie untuk memperkaya ilmu dan mengembangkan potensinya. Terima Kasih sudah selalu sabar menghadapi keluh kesah peneliti dan memberikan solusi ketika Peneliti menemukan halangan dalam penulisan Tugas Akhir ini serta telah meluangkan waktu untuk bimbingan kepada peneliti dan teman-teman terkait Tugas Akhir ini.

### **4. Mas Faridhian Anshari**

Peneliti Mengucapkan Terima Kasih kepada Mas Faridhian atau kerap disapa dengan Mas Alfa selaku dosen sekaligus triangulator pada Tugas Akhir ini yang telah membantu dan banyak mengajarkan peneliti. Peneliti ucapkan terima kasih telah menjadi dosen yang selalu menginspirasi dan memotivasi mahasiswanya.

### **5. Semua Dosen di Universitas Bakrie**

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua dosen yang sudah memberi ilmu yang bermanfaat kepada peneliti, dengan sabar mengajar dan juga sharing dengan peneliti. Mengajarkan banyak hal tidak hanya materi, namun juga pelajaran hidup, Tanpa doa dan kebaikan kalian, peneliti tidak akan bisa sampai di titik ini. Peneliti akan sangat rindu suasana kelas dan diskusi menariknya.

### **6. Mba Fitri Yulia Handoko**

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Mba Fitri Yulia Handoko selaku *Head of Marketing Communication* PT Astra Graphia Tbk yang telah membantu peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesempatan untuk mengetahui lebih jauh mengenai *website* sebagai aktivitas pemasaran di era

digital. Terima kasih telah mau meluangkan waktunya dalam kesempatan wawancara ini, suatu kehormatan bagi peneliti bisa *sharing* dengan Mba.

#### **7. Mba Nur Anissa**

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Mba Nur Anissa selaku *Marketing Communication Analyst* PT Astra Graphia Tbk yang telah membantu peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesempatan untuk mengetahui lebih jauh mengenai *website* sebagai aktivitas pemasaran di era digital. Terima kasih telah mau meluangkan waktunya dalam kesempatan wawancara ini, suatu kehormatan bagi peneliti bisa *sharing* dengan Mba.

#### **8. Sahabat Terdekat**

Terima Kasih Mia Dody, Hana Larassati, Niken Pangestika, Atika Tri Harini, Wednes Veronica, Ayu Novia, Nurul Lailatul Indri, Syailendra Fadh Narpati, Rizky Dwi Muharram, Fadly Akbar, Arthur Nugraha Sanjaya, Larassati Rachel, Bayu Rahadi kalian selalu ada disaat peneliti sedih, senang dan bingung. Kalian adalah teman-teman yang baik dan tulus, peneliti sangat beruntung bisa kenal kalian selama menjalani masa kuliah ini. Terima Kasih atas semua motivasi dan pengalaman hidup yang kalian berikan kepada Peneliti, dan semangat yang terus kalian tularkan.

#### **9. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015**

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan keceriaan selama penulis menjalani perkuliahan sampai menyelesaikan Tugas Akhir Ini.

Jakarta, 5 Agustus 2019

Hedena Sucia Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Hedena Sucia Putri

NIM : 1151003028

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 Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT Astra Graphia Tbk melalui *Website* dalam Meningkatkan *Brand awareness*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas 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 : 5 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Hedena Sucia Putri

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PT ASTRA GRAPHIA TBK  
MELALUI WEBSITE DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Hedena Sucia Putri

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan tentang aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Astra Graphia Tbk pada era digital dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan berdasarkan teori tingkatan *awareness* David Aaker. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana aktivitas *website* Astragraphia *Document Solution* dalam meningkatkan *brand awareness* terhadap perusahaan yakni Astragraphia dilihat dari karakteristik *website* yang dijabarkan oleh Ranaweera et al. Selain itu penelitian bertujuan untuk memberikan masukan ide terhadap aktivitas komunikasi pemasaran Astragraphia melalui *website* yang tepat dilakukan oleh dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka dan jurnal, studi dokumentasi dan juga observasi. Dua narasumber pada penelitian dipilih sesuai dengan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait judul penelitian. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran Astragraphia melalui *website* sudah cukup tepat namun masih belum begitu optimal penggunaan dan kontennya dalam meningkatkan *brand awareness*.

**Kata kunci:** Aktivitas Komunikasi Pemasaran, Karakteristik *Website*, *Brand awareness*, Astragraphia.



**PT ASTRA GRAPHIA TBK MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES  
THROUGH WEBSITE IN INCREASING BRAND AWARENESS**

Hedena Sucia Putri

---

**ABSTRACT**

*This research describes the marketing communication activities carried out by PT Astra Graphia Tbk in the digital era in increasing the company's brand awareness based on David Aaker's awareness level theory. The purpose of this research was to find out and analyze how the Astragraphia Document Solution website activities in increasing brand awareness of the company namely Astragraphia seen from the characteristics of the website described by Ranaweera et al. In addition, the research aims to provide input ideas on Astragraphia's marketing communication activities through the website, which is appropriate for increasing brand awareness. This research is a descriptive qualitative study with a case study approach. The data sources in this study are primary data carried out by indepth interviews and secondary data through literature and journals, documentation studies and observations. Two informan in the research were selected according to the information needed by the researcher regarding the research title. The results of this research explain that Astragraphia's marketing communication activities through the website are quite appropriate but still not so optimal in their use and content in increasing brand awareness.*

**Key Words:** Marketing Communication Activities, Website Characteristics, Brand awareness, Astragraphia.

## DAFTAR ISI

|                                                          |      |
|----------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS .....                   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                 | iii  |
| UNGKAPAN TERIMAKASIH .....                               | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....           | vii  |
| ABSTRAK .....                                            | viii |
| ABSTRACT .....                                           | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                         | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                      | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                                       | xiv  |
| BAB I .....                                              | 1    |
| PENDAHUHLUAN .....                                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                 | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                | 16   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                              | 16   |
| 1.4 Manfaat Pnelitian .....                              | 17   |
| 1. Manfaat Teoritis .....                                | 17   |
| 2. Manfaat Praktis .....                                 | 17   |
| BAB II .....                                             | 18   |
| KERANGKA TEORITIS .....                                  | 18   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya ..... | 18   |
| 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teoritis .....     | 36   |
| 2.2.1 Marketing Communication .....                      | 36   |
| 2.2.2 Digital Marketing .....                            | 39   |
| 2.2.3 Website .....                                      | 41   |
| 2.2.4 Brand Awareness .....                              | 43   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                             | 46   |
| BAB III .....                                            | 49   |
| METODE PENELITIAN .....                                  | 49   |

|                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1 Metode Penelitian .....                                                                                                          | 49  |
| 3.2 Objek Penelitian .....                                                                                                           | 51  |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                    | 52  |
| 3.3.1 Sumber Data .....                                                                                                              | 52  |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                                  | 54  |
| 3.4 Operasionalisasi Konsep .....                                                                                                    | 57  |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                                                                                       | 59  |
| 3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....                                                                                            | 60  |
| BAB IV .....                                                                                                                         | 63  |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                                                                | 63  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                                             | 64  |
| 4.1.1 Profil Perusahaan PT Astragraphia Tbk .....                                                                                    | 64  |
| 4.1.2 Websie <a href="http://www.documentsolution.com">www.documentsolution.com</a> dari PT Astra Graphia Tbk .....                  | 68  |
| 4.1.3 Profil Informan .....                                                                                                          | 69  |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                                                                           | 71  |
| 4.2.1 Karakteristik Website PT Astra Graphia Tbk .....                                                                               | 72  |
| 4.2.2 Tingkatan Brand Awareness Astragraphia yang Terbentuk dari Website .....                                                       | 86  |
| 4.2.3 Evaluasi Google analytic dan My Sight untuk mengukur keefektifan Website dalam meningkatkan brand awareness Astragraphia ..... | 92  |
| 4.3 Pembahasan .....                                                                                                                 | 97  |
| 4.3.1 Keunggulan Karakteristik Website Astragraphia dalam Meningkatkan Brand Awareness Astragraphia .....                            | 97  |
| 4.3.2 Kelemahan Karakteristik Website Astragraphia dalam Meningkatkan Brand Awareness Astragraphia .....                             | 104 |
| 4.3.3 Tingkat Brand Awareness Astragraphia belum mencapai Top of Mind .....                                                          | 111 |
| BAB V .....                                                                                                                          | 117 |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                                           | 117 |
| 5.1 KESIMPULAN .....                                                                                                                 | 117 |
| 5.2 SARAN .....                                                                                                                      | 120 |
| 5.2.1 Saran Teoritis .....                                                                                                           | 120 |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                                                                                            | 120 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 122 |
| LAMPIRAN .....       | 128 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Grafik 3 Pertumbuhan Empat Kelompok Industri.....                                                                  | 2  |
| Gambar 1.2 <i>Trend Marketing B2B dan B2C</i> .....                                                                           | 4  |
| Gambar 1.3 <i>Head Office PT Astra Graphia Tbk</i> .....                                                                      | 5  |
| Gambar 1.4 Data Top 5 <i>HCP Companies 2017 market share</i> di Indonesia .....                                               | 7  |
| Gambar 1.5 Data <i>Top Brand Award</i> alat perkantoran tahun 2016.....                                                       | 7  |
| Gambar 1.6 Data <i>Top Brand Award</i> alat perkantoran tahun 2017 .....                                                      | 8  |
| Gambar 1.7 Data <i>Top Brand Award</i> alat perkantoran tahun 2018.....                                                       | 9  |
| Gambar 2.1 <i>The Awareness Pyramid</i> .....                                                                                 | 46 |
| Gambar 2.2 Kerangka pemikiran .....                                                                                           | 50 |
| Gambar 4.1 Logo dan Tagline Astragraphia .....                                                                                | 69 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Astragraphia .....                                                                  | 70 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Astragraphia .....                                                                  | 70 |
| Gambar 4.4 Tampilan <i>Homepage website documentsolution</i> .....                                                            | 71 |
| Gambar 4.5 Fitri Yulia Handoko, <i>Head of Marketing</i> .....                                                                | 72 |
| Gambar 4.6 R. A Nur Anissa, <i>Marketing Communication Analyst</i> .....                                                      | 73 |
| Gambar 4.7 Faridhian Anshari M.A, <i>New Media Analyst</i> .....                                                              | 74 |
| Gambar 4.8 Fitur baru dari <i>website Astragraphia</i> yaitu Galeri foto dibagian berita.....                                 | 77 |
| Gambar 4.9 Tampilan <i>filter</i> dan <i>compare</i> dari <i>website Astragraphia</i> yaitu Galeri foto dibagian berita ..... | 77 |
| Gambar 4.10 Tampilan fitur tentang perusahaan dan penghargaan dalam <i>website Astragraphia</i> .....                         | 79 |
| Gambar 4.11 Tampilan fitur tentang produk dalam <i>website Astragraphia</i> .....                                             | 80 |
| Gambar 4.12 Tampilan fitur tentang dukungan konsumen dalam <i>website Astragraphia</i> .....                                  | 81 |
| Gambar 4.13 Tampilan fitur tentang artikel dan berita dalam <i>website Astragraphia</i> .....                                 | 82 |

|                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.14 Tampilan fitur hubungi kami dalam <i>website</i> Astragraphia .....                   | 84  |
| Gambar 4.15 Data Top Source of Information .....                                                  | 93  |
| Gambar 4.16 Brand Affinity Astragraphia tahun 2018 .....                                          | 94  |
| Gambar 4.17 Data Perusahaan yang mengakses <i>website</i> Astragraphia .....                      | 97  |
| Gambar 4.18 Data bounce rate <i>website</i> Astragraphia .....                                    | 98  |
| Gambar 4.19 Data Top Landing Page <i>website</i> Astragraphia .....                               | 99  |
| Gambar 4.20 Fitur <i>Home</i> , <i>Search</i> , dan Hubungi kami <i>website</i> Astragraphia .... | 101 |
| Gambar 4.22 Tampilan konten pada <i>website</i> Astragraphia .....                                | 102 |
| Gambar 4.21 Tampilan warna pada <i>website</i> Astragraphia .....                                 | 109 |

## DAFTAR TABEL

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Tabel penelitian sebelumnya.....   | 37 |
| Tabel 3.1 Tabel operasionalisasi konsep..... | 59 |