

**ANALISIS KONTEN WEBSITE “JUST FOR YOU”
MAPEMALL.COM UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

SASKIA FRISKA YANTI

1151003059

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

JAKARTA

2019

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Saskia Friska Yanti

NIM : 1151003059

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 Agustus 2019

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Saskia Friska Yanti
Nim : 1151003059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Konten Website "Just For You" Mapemall.com untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Telah berhasil dipertaruhkan di halaman 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 I : Dra. Suharyanti, M.S.M
Pembimbing II : Hanny Nurahmawati, M.Ikom
Penguji I : Dianingtyas Murtanti Putri, M.SI
Penguji II : Ari Kurnia, M.Ikom
Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 2 Agustus 2019



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Saskia Friska Yanti
NIM : 1151003059
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 Nonekklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ ANALISIS KONTEN WEBSITE “JUST FOR YOU” MAPEMALL.COM
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* ”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif 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 : 2 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Saskia Friska Yanti

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunianya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “**Analisis Konten Website “Just for You” untuk Meningkatkan Brand Awareness**”:

1. **Ayah (alm) dan ibu penulis**, adik penulis **Sarfilianty Rizal Atam** dan **Safina Nazhwa Julianti** serta keluarga penulis yang tidak pernah putus mendoakan dan mendukung sepenuh hati hingga penulis bisa menyelesaikan praktik magang dan menyusun laporan magang ini.
2. **Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M** selaku Kepala Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, sekaligus pembimbing Tugas Akhir yang selalu mendoakan, mendukung dan mempermudah proses Tugas Akhir.
3. **Mba Hanny Nurahmawati, M.Ikom** selaku Dosen Pembimbing yang selalu mendoakan, mendukung dan mempermudah proses Tugas Akhir.
4. Sepupu penulis **Dea Heidy** yang selalu menyemangati dan selalu mendoakan penulis sehingga bisa menyelesaikan laporan magang ini.
5. Sahabat Penulis Ilmu Komunikasi 2015 yaitu **Kika, Tanning, Risman, Maynisah, Pute, Lisa, Ayudhia** dan seluruh anggota komunal 2015 yang telah memberikan support tiada henti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu
6. Terima Kasih kepada semua Sahabat Mapemall.com yang sudah membantu penulis dalam penelitian ini, Terimakasih kepada Kakak Dydy, Ka Yabes, Ka Permana, Ka Fitria, Ka sonia, Ka daus, Ka aga , Ka yos sudah membantu dan memberikan support yang tiada henti untuk cepat menyelesaikan Tugas Akhir ini

7. Dan seluruh kerabat yang telah berjasa dalam laporan magang ini dan tidak bisa diucapkan satu persatu

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, 26 Juli 2019

Saskia Friska Yanti

**ANALISIS KONTEN *WEBSITE “JUST FOR YOU” MAPEMALL.COM*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PERIODE JULI 2019**

Saskia Friska Yanti

ABSTRAK

E-commerce Mapemall.com, adalah *e-commerce ritel fashion* yang memperkenalkan 150 *brand internasional* yang ada di dalam *website* Mapemall.com dengan berbagai konten yang disajikan didalam *website* Mapemall.com, salah satu konten unggulan fashion referensi bagi *female* dan *male* pada *website* ini adalah Just For You, namun yang terjadi adalah konsumen tidak sadar (*unaware*) adanya konten tersebut. Penelitian ini menggunakan teori *content marketing* oleh Mcpheat dan brand awareness oleh David Aaker. Metode penelitian ini adalah studi kasus, dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *in-depth* interview dengan tiga informan, dan seorang triangulator. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat kategori teori *content marketing* yang terdiri dari *educates, informs, entertain, dan creates trustworthiness*, hanya kategori *informs* saja yang berperan hal disebabkan tata letak konten Just For You yang tidak efektif. Dampaknya adalah konsumen tidak sadar keberadaannya (*unaware*), sehingga target audiens yang difokuskan tidak terjadi. Selain itu, terjadi bias dengan slide banner promosi yang tersedia di *website* Mapemall.com. Dengan kata lain, tata letak yang tidak tepat akan menyebabkan bias persepsi konsumen pada konten Just For You.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Content Marketing, E-commerce, Konten Just For You*

**WEBSITE ANALYSIS “JUST FOR YOU” MAPEMALL.COM FOR
INCREASING AWARENESS BRANDS**

Saskia Friska Yanti

ABSTRACT

Mapemall.com e-commerce, is a fashion retail e-commerce that introduces 150 international brands on the Mapemall.com website with a variety of content presented on the Mapemall.com website, one of the featured fashion references for women and men on this website. is Just For You, but what happens is consumers are not aware (unaware) of the content. This study uses content marketing theory by Mcpheat and brand awareness by David Aaker. This research method is a case study, with a qualitative approach. The data analysis technique in this study was an in-depth interview with three informants, and a triangulator. The results of this study indicate that of the four categories of content marketing theory consisting of educates, informs, entertainers, and creating trustworthiness, only the informs category plays a role due to the ineffective Just For You content layout. The impact is consumers are not aware of its existence (unaware), so the target audience that is focused does not occur. In addition, there is a bias with slide banner promotions available on the Mapemall.com website. In other words, improper layout will cause consumer perception bias on Just For You content

Keywords: Brand Awareness, Content Marketing, E-commerce, Just For You Content

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
2. KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	22
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	34
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	34
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	34
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	40
2.2.4 <i>Website</i>	44
2.2.5 <i>Content Marketing</i>	47

2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	49
2.3 Kerangka Pemikiran	51
3. METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan Penelitian	53
3.2 Objek Penelitian	54
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1 Sumber Data	55
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	56
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	57
3.4.1 Definisi Konseptual	57
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	61
3.5 Teknik Analisis Data	63
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	65
3.7 Keterbatasan Penelitian	67
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Profil Mapemall.com	67
4.1.2 Perusahaan Gtect Digitalisasi	68
4.1.3 Visi Perusahaan	69
4.1.4 Core Value	69
4.1.5 Proses Bisnis Perusahaan	70
4.1.6 Profil Informan	71
4.2 Hasil Penelitian	71
4.2.1 Temuan <i>Content Marketing</i> pada <i>educated</i> lookbook website Mapemall.com	72
4.2.2 Temuan <i>Content Marketing</i> pada <i>inform homepage</i> website Mapemall.com	74

4.2.3 Temuan <i>Content Marketing</i> pada <i>entertain</i> website Mapemall.com	84
4.2.4 Temuan <i>Content Marketing</i> pada <i>creates trushworthiness</i> website Mapemall.com	85
4.2.5 Temuan <i>Brand Awareness Just For You</i> website Mapemall.com	86
4.3 Pembahasan Penelitian	92
4.3.1 Content Marketing pada content just for you Mapemall.com	92
4.3.2 <i>Brand Awareness</i> pada <i>Content Just for You</i>	94
5. KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran – Saran	101
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
Daftar Pustaka	102
Lampiran	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Era 4.0	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet	4
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna e-commerce.....	6
Gambar 1.4 Tampilan Konten Just For You	10
Gambar 1.5 Tampilan Konten Just For You	11
Gambar 1.6 Logo MAP	12
Gambar 1.7 Logo Mapemall.com	13
Gambar 1.8 <i>Top e-commerce in Indonesia</i> April 2019.....	15
Gambar 1.9 <i>Top e-commerce in Indonesia</i> April 2019.....	15
Gambar 4.1.1 Logo Mapemall.com	67
Gambar 4.1.4 Proses Bisnis Perusahaan.....	70
Gambar 4.2.1 Tampilan <i>Lookbook</i> Mapemall.com	75
Gambar 4.2.2 Tampilan <i>The Blog</i> Mapemall.com	76
Gambar 4.2.3 Benner pada Halaman Utama Mapemall.com.....	76
Gambar 4.2.4 Tampilan Harbolnas Mapemall.com.....	77
Gambar 4.2.5 Tampilan Find a Store Mapemall.com	78
Gambar 4.2.6 Tampilan Kategori <i>For Her</i>	78

Gambar 4.2.7 Tampilan Kategori <i>For Him</i>	79
Gambar 4.2.8 Tampilan Kategori Deskripsi Produk	80
Gambar 4.2.9 Tampilan Kategori <i>For Kids</i>	82
Gambar 4.2.10 Tampilan Kategori <i>For Sport</i>	83
Gambar 4.2.11 Tampilan Kategori <i>For Travel</i>	84
Gambar 4.2.12 Tampilan Kategori <i>For Lifestyle</i>	85
Gambar 4.2.13 Tampilan Kategori <i>For Sale</i>	85

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya22

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep Penelitian61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing Seminar Proposali