

**ANALISIS PESAN *CONTENT MARKETING* DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER*
ENGAGEMENT RUMAH123.COM**

TUGAS AKHIR

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



**TANNING RARA PURWINDRATI
1151003135**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISIHONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya dari penulis sendiri dan semua sumber yang bersangkutan, baik yang diikuti maupun dirujuk telah penulis nyatakan benar

Nama : Tanning Rara Purwindrati

NIM : 1151003135

Tanda Tangan : 

Tanggal : 

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tanning Rara Purwindrati
NIM : 1151003135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pesan *Content Marketing* dalam Membentuk *Customer Engagement* Rumah123.com

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

Dewan Penguji

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M
Penguji 1 : Dessy Kania, B.A, M.A
Penguji 2 : Tri Nuraini, S.E, M.Sc



Ditetapkan di: Jakarta

Pada tanggal: 12 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, karena berkah rahmat dan karunianya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**Analisis Pesan Content Marketing dalam Membentuk Customer Engagement Rumah123.com**” ini dengan sebaik-baiknya. Penulisan Tugas Akhir ini disusun dikarenakan untuk memenuhi syarat sebagai mahasiswa dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Selama melakukan penyusunan tugas akhir ini dan selama melakukan kegiatan perkuliahan di Universitas Bakrie, penulis mendapatkan banyak dukungan dan semangat serta bantuan dari berbagai pihak yang sangat berpengaruh untuk penulis sehingga penulis dapat mengatasi segala rintangan yang ada selama ini. Dan pada kesempatan ini, dengan ketulusan hati penulis menunjukkan dan mengungkapkan rasa syukur dan berterimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, Bapak Syafruddin, Ibu Tri Handarini, adik Nur Arora Windiarti yang selalu menjadi pengingat, penyemangat penulis dan selalu memberikan doa yang terbaik kepada penulis selama menulis skripsi ini maupun saat penulis menjalankan perkuliahan di Universitas Bakrie
2. Bapak Dr. Dudi Rudianto, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie yang senantiasa menebarkan semangat kepada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Bakrie.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang juga menjadi Pembimbing Skripsi penulis yang selalu memberikan ilmu dan semangatnya kepada penulis dalam membuat skripsi ini dan selama penulis melakukan perkuliahan di Universitas Bakrie.
4. ST. Rahma Maynisah Adam, Salma Inayah Shahab, Putri Lisa Erdiyanti, Saskia Friska, Putri Nur Fajriah, Laras Aza Bahira, Anna Fajriani, Vinicha sebagai

sahabat-sahabat penulis yang setia dan saling memberikan *support* selama mengerjakan skripsi.

5. Vista Lestari, Diva Intan, Dini Safitri yang juga sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan *support* dalam kondisi apapun dan dimanapun.
6. Teman-teman Komunal Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2015 yang selalu menebarkan semangat dan saling menghibur.
7. Kak Inesa, Kak Rachmat, Kak Hendri dan Denty selaku informan skripsi penulis yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Rumah123.com yang telah memberikan akses kepada penulis untuk mendapatkan informasi-informasi yang penulis inginkan sesuai dengan kebutuhan skripsi ini.
9. Dan juga semua pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah membantu dan ada pada saat perkuliahan berlangsung hingga penulis melakukan penyusunan skripsi ini.

Demikian ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Dengan harapan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Jakarta, 25 Juli 2019

Tanning Rara Purwindrati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Tanning Rara Purwindrati
NIM : 1151003135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS PESAN *CONTENT MARKETING* DALAM MEMBENTUK
CUSTOMER ENGAGEMENT RUMAH123.COM”

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 atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Juli 2019

Yang menyatakan,



Tanning Rara Purwindrat

ANALISIS PESAN *CONTENT MARKETING* DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT* RUMAH123.COM

Tanning Rara Purwindrati

ABSTRAK

Dunia *digital* saat ini sedang berkembang pesat seiring dengan perkembangan jaman. Hal tersebut dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan dengan menggunakan media berbasis *digital*. Yang mana media *digital* sejatinya adalah senjata para perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan di era sekarang ini. Terutama untuk perusahaan berbasis *online* yang memang menggunakan dan mengandalkan media sosial mereka untuk dapat menggaet *target audience* mereka secara *goals*. Seperti contohnya Rumah123.com, perusahaan properti berbasis *online* yang memasarkan produk mereka melalui media *online* yang mereka miliki dengan memaksimalkan *content marketing* dalam yang menarik dan berkualitas sehingga melalui *content marketing* tersebut akan terbentuk *customer engagement* yang baik. Melalui penelitian ini, dapat diukur sejauh mana pengaruh *content marketing* dalam membentuk *customer engagement* Rumah123.com. Dengan menggunakan metode analisis isi dan teori *content marketing* dari McPheat (2011) serta teori *customer engagement* dari Brodie (2011) yang ada didalam penelitian ini, dapat diketahui jika *content marketing* dapat mempengaruhi beberapa dimensi *customer engagement*.

Kata kunci: Dunia Digital, *Content Marketing*, *Customer Engagement*.

ANALISIS PESAN *CONTENT MARKETING* DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT* RUMAH123.COM

Tanning Rara Purwindrati

ABSTRACT

The digital world is currently growing rapidly along with the times. This is fully utilized by companies to market the products or services they offer using digital-based media. Where digital media is truly the weapon of companies to market the products or services they offer today. Especially for online-based companies that do use and rely on their social media to be able to hook their target audience in goals. For example Rumah123.com, an online-based property compaby that markets their products through their online media by maximizing content marketing in an attractive and quality way so that through good content marketing, customer engagement will be formed. Through this research, we can measure the influence of content marketing in forming their customer engagement. By using McPheat (2011) content analysis and content marketing theory as well as Brodie (2011) customer engagement theory in this study, it can be seen if content marketing can affect several dimensions of customer engagement.

Keywords: *Digital World, Content Marketing, Customer Engagement*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah	9
Tujuan Penelitian.....	10
Manfaat Penelitian.....	10
Manfaat Teoritis	10
Manfaat Praktis.....	10
BAB II	12
KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
Metodologi Penelitian	32
Objek dan Subjek Penelitian.....	33
Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
Data Primer.....	33
Data Sekunder	34
Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	35
Teknik Analisis Data	40
Uji Validitas Data	41
Keterbatasan Penelitian	43
BAB IV.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
BAB V	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	83