

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA**



Levina Lim

19.M1.0045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2023**

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar sarjana strata- 1 dalam Ilmu Komunikasi



Levina Lim

19.M1.0045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

### **IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA**

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 31 Januari 2023



Levina Lim

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA**

Disusun oleh :

Nama : **Levina Lim**

NIM : **19.M1.0045**

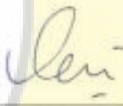
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal : 22 Februari 2023

Dosen Penguji :

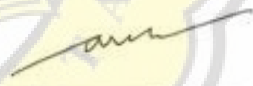
1 Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.KoM.

(  )

2 Bernadeta Lenny Setyowati, SS., M.I.KoM.

(  )

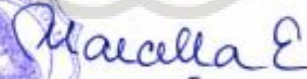
3 Vincentia Ananda A.P., S.Ikom., M.I.KoM

(  )

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana Strata Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :  
Selasa, 22 Februari 2023





Dr. Marcela Etalina Simanjuntak, S.H., CN., M.Hum

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Levina Lim

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi (Tugas Akhir)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul "IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 22 Februari 2022



Yang menyatakan,

Levina Lim

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT HERCO DIGITAL INDONESIA”.

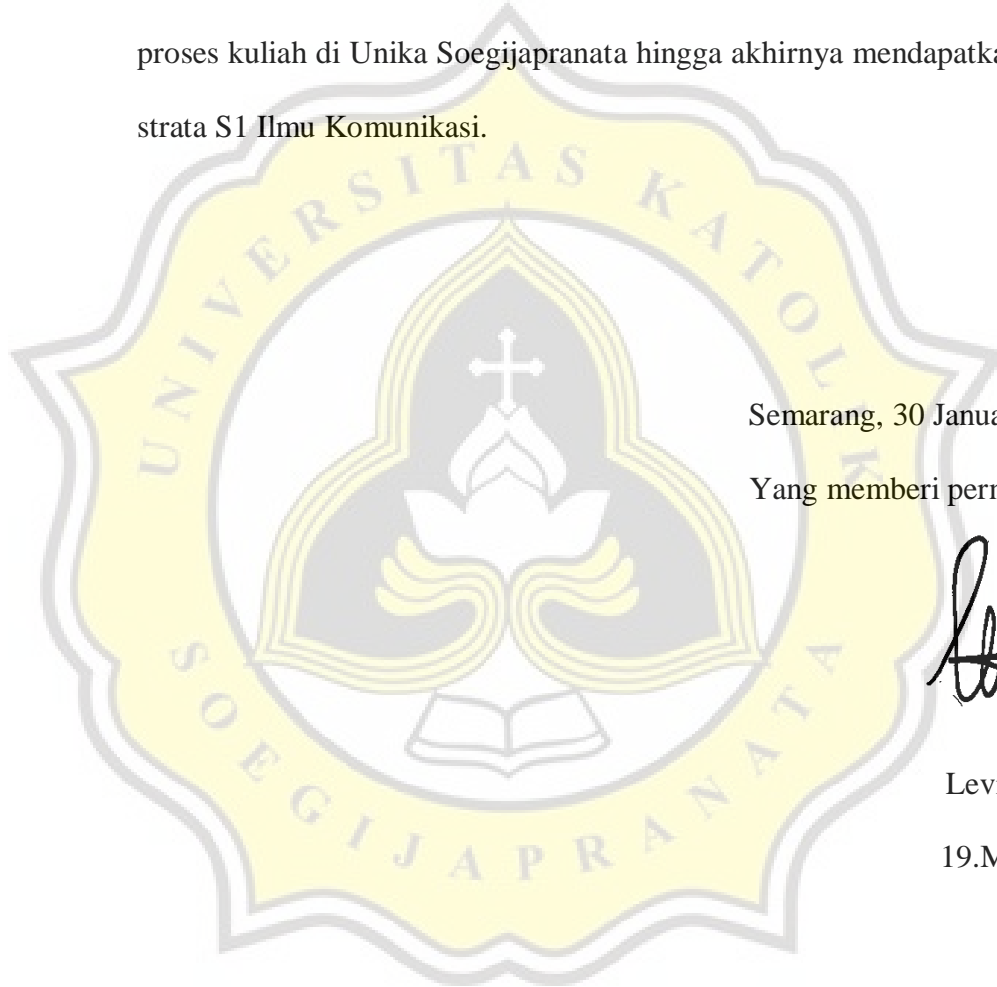
Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan memperoleh gelar sarjana S1 pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan semoga hal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima motivasi, bantuan serta

dorongan dari berbagai pihak yang sifatnya moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai tempat penulis menimba ilmu selama ini.
2. Kepada Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing pertama yang telah dengan sabar membimbing peneliti serta memberikan ilmunya kepada peneliti.
3. Kepada Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing kedua yang telah dengan sabar membimbing peneliti serta memberikan ilmunya kepada peneliti.
4. Dosen penguji Ibu Vincentia Ananda A.P., S.I.Kom., M.I.Kom atas kesempatannya memberikan penilaian untuk hasil pengerjaan skripsi penulis ini.
5. Kepada Papa dan Mama yang telah mendoakan serta memberikan banyak bantuan dan dukungan dari awal perkuliahan sampai proses penyelesaian studi.
6. Kepada keluarga besar yang telah mendukung dengan memberikan semangat sehingga skripsi ini bisa sampa proses penyelesaian studi.
7. Kepada pihak Herco Digital Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melangsungkan penelitian.

8. Kepada sahabat-sahabat saya, terimakasih atas segala dukungan serta hal baik yang selalu kalian berikan dalam membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini.
9. Seluruh pihak yang turut serta membantu dan mendukung penulis dalam proses kuliah di Unika Soegijapranata hingga akhirnya mendapatkan gelar strata S1 Ilmu Komunikasi.



Semarang, 30 Januari 2023

Yang memberi pernyataan,

Levina Lim

19.M1.0045



## ABSTRAK

*Digital Marketing* menjadi ilmu pemasaran yang dibutuhkan oleh setiap pemilik usaha saat ini. Di tengah banyaknya pemilik usaha yang mengalami penurunan penjualan, tidak sedikit juga pemilik usaha yang bangkit dari permasalahan tersebut. Para pemilik usaha yang bangkrut dan mampu bangkit kembali, mereka menggunakan strategi yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan dunia yang serba digital saat ini, strategi tersebut adalah dengan menerapkan *digital marketing* pada usaha mereka. Penerapan *digital marketing* bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Perlu ketelitian, ilmu, pelatihan dan pemikiran yang kreatif dalam penerapannya. Banyak pemilik usaha yang tidak memiliki ilmu yang dalam dan juga waktu yang cukup untuk mengelola usaha dalam bentuk digital. Maka dari itu, muncul *digital agency* penting untuk membantu permasalahan bisnis berbasis *digital marketing*. Saat ini banyak sekali orang yang membuka usahanya dengan digital agency, karena *digital agency* sangat dibutuhkan oleh para pemilik bisnis saat ini. Namun, tidak sedikit *digital agency* yang tidak berkembang, oleh karena itu peneliti ingin menganalisis penerapan digital marketing yang diterapkan oleh agensi Herco Digital Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi *digital marketing* sebagai komunikasi pemasaran pada perusahaan PT. Herco Digital Indonesia. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam melakukan data penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *digital marketing* pada perusahaan PT Herco Digital Indonesia berjalan sesuai dengan teori penelitian, yaitu dengan menerapkan *Google Ads*, *Social Media Marketing*, *Social Media Ads*, *Search Engine Optimization*, dan *Website Marketing*. Kemudian, berdasarkan hasil penelitian, dari ke-5 jenis digital marketing yang diterapkan oleh perusahaan PT Herco Digital Indonesia, *Google Ads* adalah jenis digital marketing yang paling banyak mendatangkan klien.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing, Digital Agency

## ABSTRACT

*Digital Marketing is a marketing science needed by every business owner today. In the midst of many business owners who experienced a decline in sales, not a few business owners also rose from these problems. Business owners who go bankrupt and are able to bounce back, they use strategies that adjust to the needs and conditions of today's digital world, the strategy is to apply digital marketing to their business. Implementing digital marketing is not an easy thing to do. It requires accuracy, knowledge, training and creative thinking in its application. Many business owners do not have deep knowledge and also enough time to manage their business in digital form. Therefore, digital agencies appear important to help business problems based on digital marketing. Currently, there are many people who open their businesses with digital agencies, because digital agencies are needed by business owners today. However, not a few digital agencies are not developing, therefore researchers want to analyze the application of digital marketing implemented by the Herco Digital Indonesia agency. The purpose of this research is to find out how the implementation of digital marketing as marketing communication at the company PT Herco Digital Indonesia. Researchers used descriptive qualitative methods and interview, observation, and documentation techniques in conducting this research data. The results of this study indicate that the implementation of digital marketing at the company PT Herco Digital Indonesia runs in accordance with the research theory, namely by implementing Google Ads, Social Media Marketing, Social Media Ads, Search Engine Optimization, and Website Marketing. Then, based on the research results, of the 5 types of digital marketing implemented by the company PT Herco Digital Indonesia, Google Ads is the type of digital marketing that brings in the most clients.*

*Keywords: Marketing Communication, Digital Marketing, Digital Agency*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5 Lokasi dan Tata Kala Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.3 Digital Marketing .....	12
BAB III METODE PENELITIAN .....	17
3.1 Metode Penelitian .....	17
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	18
3.4 Teknik Analisis Data .....	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	21
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	21
4.2 Deskripsi Data .....	22
4.3 Penerapan Digital Marketing .....	23

4.4	Penerapan Social Media Marketing.....	28
4.6	Penerapan <i>Search Engine Optimization (SEO)</i> .....	53
4.7	Penerapan <i>website marketing</i> .....	61
4.8	Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
DAFTAR PUSTAKA .....		71
LAMPIRAN .....		74

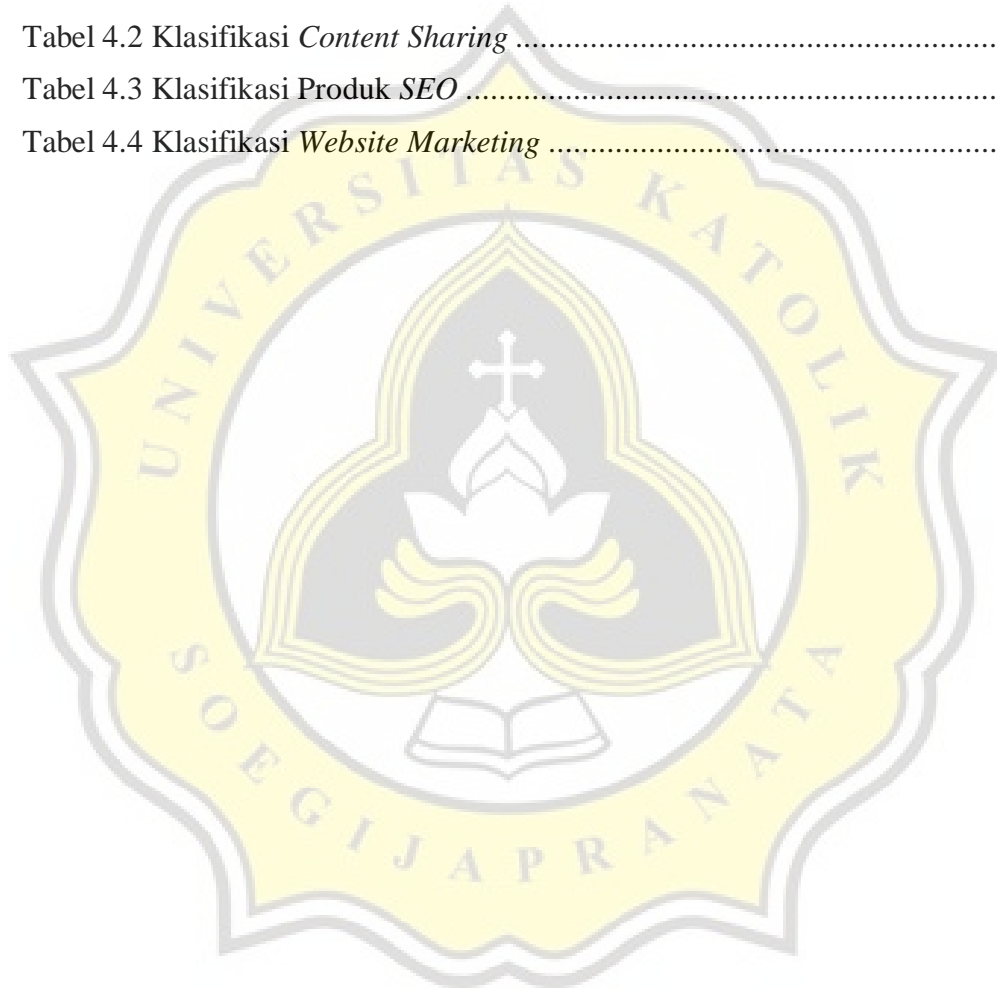


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Konten <i>HDI Insight</i> .....	29
Gambar 4.2	Konten <i>Her Collab</i> .....	30
Gambar 4.3	Konten <i>Her Community</i> .....	31
Gambar 4.4	Konten AIDA ( <i>Attention</i> ).....	34
Gambar 4.5	Konten AIDA ( <i>Interest</i> ).....	35
Gambar 4.6	Konten AIDA ( <i>Desire</i> ).....	36
Gambar 4.7	Konten AIDA ( <i>Action</i> ).....	37
Gambar 4.8	Konten Tiktok ( <i>Employee Branding</i> ).....	38
Gambar 4.9	<i>Story</i> Instagram Interaksi ( <i>Community Building</i> ).....	41
Gambar 4.10	DM Instagram ( <i>Community Building</i> ).....	42
Gambar 4.11	<i>Live</i> Instagram ( <i>Community Building</i> ).....	43
Gambar 4.12	<i>Landing Page</i> Jasa Google Ads.....	48
Gambar 4.13	Analisis <i>Keyword</i> Jasa Google Ads <i>Uber Suggest</i> .....	51
Gambar 4.14	Menu Struktur <i>Website</i> yang Lengkap.....	52
Gambar 4.15	Navigasi <i>Breadcrumbs</i> pada Struktur <i>Website</i> .....	53
Gambar 4.16	<i>Meta Title</i> dan <i>Meta Description</i> .....	57
Gambar 4.17	<i>Call to Action</i> .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Digital Agency</i> di Semarang .....	5
Tabel 1.2 Tata Kala Penulisan .....	7
Tabel 4.1 Sertifikat <i>Badge Google Partner</i> dan <i>Meta</i> .....	27
Tabel 4.2 Klasifikasi <i>Content Sharing</i> .....	40
Tabel 4.3 Klasifikasi Produk <i>SEO</i> .....	56
Tabel 4.4 Klasifikasi <i>Website Marketing</i> .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	
A. Pertanyaan dan Jawaban Wawancara.....	6

