



LA ROCHE-POSAY

LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**ANALISIS STRATEGI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)
UNTUK MENINGKATKAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
BAGI BRAND LA ROCHE POSAY INDONESIA**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Lukas Yohadi Yahya

NIM : 2010411189



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Lukas Yohadi Yahya
NIM : 2010411189
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Juni 2024

Yang menyatakan,


METRAN
TEMPEL
86E2BALX068286009
Lukas Yohadi Yahya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lukas Yohadi Yahya
NIM : 2010411189
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)
UNTUK MENINGKATKAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
BAGI BRAND LA ROCHE POSAY INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 30 Juli 2024

Yang menyatakan,



Lukas Yohadi Yahya

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Lukas Yohadi Yahya
NIM : 2010411189
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : ANALISIS STRATEGI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAGI BRAND LA ROCHE POSAY INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D)

Penguji 1



(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Windhi Tia Saputra, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

**ANALISIS STRATEGI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)
UNTUK MENINGKATKAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
BAGI *BRAND* LA ROCHE POSAY INDONESIA**

LUKAS YOHADI YAHYA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana peran dan hasil dari penerapan teknik & strategi SEO bagi keberhasilan komunikasi pemasaran terpadu *brand* La Roche Posay Indonesia. Dengan menganalisis beragam aspek IMC yang ada, peneliti ingin mengetahui keterkaitan SEO sebagai bagian tak terpisahkan dari strategi marketing pada masa kini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan in-depth interview. Data yang didapat kemudian dianalisa melalui empat tahap analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menemukan adanya keterkaitan antara pemanfaatan SEO dengan penerapan aspek-aspek dalam IMC. Hasil wawancara juga menemukan bahwa SEO dapat diterapkan terhadap mayoritas aspek *Integrated Marketing Communication* (IMC). Selain itu, pemanfaatan SEO dapat meningkatkan potensi pemasaran digital, meningkatkan *brand awareness*, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: SEO, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Media Baru

**ANALYSIS OF SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) STRATEGY
TO ENHANCE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION FOR
THE LA ROCHE POSAY INDONESIA BRAND**

LUKAS YOHADI YAHYA

ABSTRACT

This research aims to demonstrate the extent of the role and outcomes of applying SEO techniques & strategies for the success of the Integrated Marketing Communication (IMC) strategy of the La Roche Posay *brand* in Indonesia. By analyzing various aspects of the IMC, the researcher seeks to understand the relevance of SEO as an integral part of today's marketing strategy. The research method used is qualitative with a case study approach, utilizing both primary and secondary data sources. Data collection techniques include in-depth interviews. The collected data is then analyzed through four stages of data analysis: data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study find a correlation between the use of SEO and the implementation of aspects of IMC. The interview results also find that SEO can be applied to the majority of aspects of the Integrated Marketing Communication (IMC). Additionally, the use of SEO can enhance digital marketing potential, increase *brand* awareness, and drive sustainable business growth.

Keywords: SEO, *Integrated Marketing Communication*, New Media

KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, penelitian berjudul Analisis Strategi *Search Engine Optimization* (SEO) Untuk Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Terpadu Bagi *Brand* La Roche Posay Indonesia dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung serta membantu proses penelitian ini sampai dapat rampung dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan bidang akademik. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf untuk setiap kekurangan dan kesalahan.

Penelitian ini dapat terselesaikan berkat sumbangsih bimbingan, masukan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung setiap pilihan dalam proses akademis dan perkembangan pribadi dari penulis.
2. Azwar, SS., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang selalu mendukung seluruh kegiatan akademik.
3. Munadhil Abdul Muqsith, P.hD dan Irpan Ripa'I Sutowo, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan yang diberikan kepada penulis sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik.
4. Keluarga besar Dentsu Indonesia, terutama unit bisnis iProspect dan tim Fuego, yang telah banyak memberikan kontribusi pandangan tentang SEO dan dunia profesional kepada penulis selama masa penelitian.
5. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/i Ilmu Komunikasi UPNVJ 2020.

Jakarta, 17 Juni 2024



Lukas Yohadi Yahya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	ivv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	14
2.1.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	14
2.1.2 Media Baru	19
2.1.3 <i>Search Engine Optimization</i>	24
2.2 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Sumber Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Tabel Rencana Waktu	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2. Hasil Penelitian.....	40
4.2.1. Strategi & Teknik SEO bagi <i>Brand</i>	53
4.2.2. Peran SEO dalam Strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> .	61
4.2.3. Proses Pengerjaan SEO dalam <i>Brand La Roche Posay</i>	62
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78
5.2.1. Saran Teoritis.....	78
5.2.2. Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	14
Gambar 2. Tampilan Situs Web La Roche Posay Indonesia.....	21
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4. Komponen dalam analisis data (<i>interactive model</i>)	47
Gambar 5. Offline Activation La Roche Posay di Surabaya.....	56
Gambar 6. Pengaplikasian Strategi & Teknik SEO	70
Gambar 7. Proses Pengerjaan SEO dalam 3 Pilar Aktivitas Utama	74
Gambar 8. Alur Keyword Research.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Traffic La Roche Posay (2021-2023).....	77
--------------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	83
Lampiran 2. Lembar Perbaikan Hasil Sidang Proposal	84
Lampiran 3. Transkrip Wawancara	87
Lampiran 4. Open & Axial Coding	119
Lampiran 5. Laporan Dokumentasi	119