



**PERANCANGAN DIGITAL *COPYWRITING* DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI *WEBSITE*
PT ASROFA LESTARI NUSANTARA (PT ASROLEN)**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

**SYAFARA JASMINE MARSYAKEVA
44522010013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PERANCANGAN DIGITAL *COPYWRITING* DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI *WEBSITE*
PT ASROFA LESTARI NUSANTARA (PT ASROLEN)**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SYAFARA JASMINE MARSYAKEVA

44522010013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafara Jasmine Marsyakeva

NIM : 44522010013

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Perancangan Digital *Copywriting* dalam Membangun *Brand Awareness* melalui *Website* PT Asrofa Lestari Nusantara (PT ASROLEN)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Februari 2026



Syafara Jasmine Marsyakeva

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Syafara Jasmine Marsyakeva

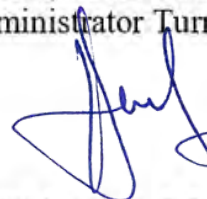
NIM : 44522010013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Komunikasi

Dengan judul “Perancangan Digital *Copywriting* Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Website* PT Asrofa Lestari Nusantara (PT ASROLEN)” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 8%.

Jakarta, 18 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

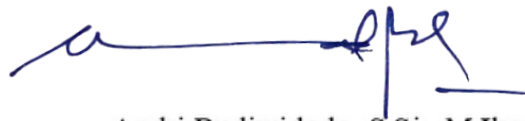
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syafara Jasmine Marsyakeva
NIM : 44522010013
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Perancangan Digital *Copywriting* dalam
Membangun *Brand Awareness* melalui *Website* PT Asrofa Lestari Nusantara (PT
ASROLEN)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 04 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Andri Budiwidodo, S.Si., M.Ikom

NIDN/NUPTK: 0313037302

Jakarta, 11 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN/NUPTK: 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Digital Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana yang telah memberikan atas kesempatan, dukungan, dan fasilitas yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh dan menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, atas kesempatan dan fasilitas akademik yang tersedia di lingkungan Fakultas, sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sarjana dengan baik.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesabaran, perhatian, serta dedikasi yang tinggi dengan meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk membimbing penulis secara menyeluruh. Bimbingan beliau tidak hanya membantu penyusunan Tugas Akhir ini, tetapi juga memberikan arahan, motivasi, serta pemahaman yang memperluas wawasan akademik dan meningkatkan kompetensi pribadi penulis selama proses penulisan.
5. PT ASROLEN yang telah bersedia menyediakan waktu, perhatian, dan kerja samanya sebagai klien dalam pelaksanaan Tugas Akhir Aplikatif yang

disusun oleh penulis, sehingga proses penelitian dan penerapan proyek ini dapat terlaksana dengan baik.

6. Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi cabang yang telah memberikan bantuan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir Aplikatif ini.
7. Mardhiyyah, M.Ikom selaku Ketua Sidang pada Seminar Proposal, Ketua Sidang pada Sidang Akhir Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA, serta Penguji Ahli pada Sidang Akhir Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom yang telah memberikan masukan dan saran perbaikan yang berharga dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
8. Kepada Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta doa tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Aplikatif ini dengan baik dan tepat waktu. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas ketulusan dan pengorbanan Ibu yang dengan penuh keikhlasan telah menjalankan peran sebagai seorang Ibu sekaligus Ayah dalam mendampingi penulis sepanjang perjalanan hidup. Bagi penulis, Ibu merupakan rumah yang tidak tergantikan, tempat bertumbuh dan kembali, serta sumber rasa aman dalam menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan, khususnya selama proses penyusunan Tugas Akhir Aplikatif ini.
9. Kepada kedua anggota tim Aplikatif, Oktafiyani Az Zahro dan Maritza Ratri Wulandari, penulis mengucapkan terima kasih atas kerja sama yang terjalin dengan baik, sikap saling mendukung, serta komitmen dan kesediaan untuk terus berkolaborasi selama proses perancangan ulang *website* PT ASROLEN. Kebersamaan, rasa tanggung jawab, dan kontribusi yang diberikan menjadi fondasi penting dalam menjaga kelancaran setiap tahapan pengerjaan serta memperkuat kekompakan tim sepanjang proses pelaksanaan proyek ini.
10. Untuk Nanas *Lovers*, teman seperjuangan penulis di kampus, terimakasih atas segala dukungan, motivasi, dan semangat yang senantiasa kalian berikan sepanjang proses penyusunan Tugas Akhir Aplikatif ini. Meskipun setiap dari kita menempuh jalan yang berbeda, semangat dan dukungan kalian selalu menjadi penguat dan penyemangat bagi penulis.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 04 Februari 2026

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Syafara Jasmine Marsyakeva
NIM : 44522010013
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Perancangan Digital *Copywriting* dalam
Membangun *Brand Awareness* melalui *Website* PT Asrofa Lestari Nusantara (PT ASROLEN)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Februari 2026

Yang menyatakan,



Syafara Jasmine Marsyakeva

**PERANCANGAN DIGITAL *COPYWRITING* DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI *WEBSITE* PT ASROFA LESTARI
NUSANTARA (PT ASROLEN)**

SYAFARA JASMINE MARSYAKEVA

ABSTRAK

Website perusahaan merupakan media komunikasi digital strategis bagi perusahaan *Business to Business* (B2B) dalam membangun *brand awareness*. *Website* PT Asrofa Lestari Nusantara (ASROLEN) sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi digital, sehingga informasi mengenai identitas perusahaan, produk, dan layanan belum tersampaikan secara jelas dan terstruktur kepada audiens B2B. Kondisi tersebut berpotensi menghambat pemahaman audiens terhadap nilai dan penawaran perusahaan. Oleh karena itu, karya ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *website* PT ASROLEN sebagai media komunikasi digital yang mampu membangun *brand awareness* dengan fokus pada penguatan *brand knowledge* dan *product knowledge*. Metode pelaksanaan dilakukan melalui penataan struktur informasi yang sistematis serta pengembangan konten *website* yang disesuaikan dengan karakteristik audiens B2B. Dalam proses perancangan, digital *copywriting* diterapkan sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk merumuskan pesan yang jelas, terarah, dan informatif guna mendukung penyampaian identitas brand, nilai perusahaan, serta informasi produk dan layanan. Hasil pengembangan menunjukkan bahwa *website* PT ASROLEN menjadi lebih sistematis, informatif, dan komunikatif. Evaluasi dilakukan menggunakan Google Analytics dan SEO Quake yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan melalui pencarian organik, visibilitas *website* yang lebih baik, serta kepadatan kata kunci yang proporsional sesuai dengan kaidah optimasi mesin pencari. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan informasi dan penyesuaian konten dengan kebutuhan audiens B2B. Kendala tersebut diatasi melalui penataan ulang struktur konten dan penyempurnaan pesan komunikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *redesign website* yang didukung oleh penerapan digital *copywriting* mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan berkontribusi dalam membangun *brand awareness* PT ASROLEN sebagai perusahaan B2B.

Kata Kunci: Komunikasi Digital, *Redesign Website*, *Brand Awareness*, Digital *Copywriting*

**PERANCANGAN DIGITAL *COPYWRITING* DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI *WEBSITE* PT ASROFA LESTARI
NUSANTARA (PT ASROLEN)
SYAFARA JASMINE MARSYAKEVA**

ABSTRACT

A corporate website is a strategic digital communication medium for Business to Business (B2B) companies in building brand awareness. Previously, the website of PT Asrofa Lestari Nusantara (ASROLEN) had not been optimally utilized as a digital communication platform, resulting in company identity, product, and service information not being conveyed clearly and systematically to B2B audiences. This condition potentially hindered audience understanding of the company's value and offerings. Therefore, this project aims to design and develop the PT ASROLEN website as a digital communication medium that supports brand awareness through strengthening brand knowledge and product knowledge. The implementation method involved organizing information structure systematically and developing website content tailored to the characteristics of B2B audiences. In the design process, digital copywriting was applied as part of the communication strategy to formulate clear, focused, and informative messages that support the delivery of brand identity, corporate values, and product and service information. The development results indicate that the PT ASROLEN website has become more systematic, informative, and communicative. The evaluation was conducted using Google Analytics and SEO Quake, showing an increase in organic search traffic, improved website visibility, and proportional keyword density in accordance with search engine optimization principles. The challenges encountered included limited initial information and the need to align content with B2B audience requirements. These challenges were addressed through restructuring content and refining communication messages. Therefore, it can be concluded that the website redesign supported by the application of digital copywriting enhances the effectiveness of information delivery and contributes to building PT ASROLEN's brand awareness as a B2B company.

Keywords: Digital Communication, Redesign Website, Brand Awareness, Digital Copywriting

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	9
1.3 Tujuan Perancangan	9
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	9
1.5 Manfaat Perancangan	10
1.5.1 Manfaat Akademis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KERANGKA BERPIKIR	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Komunikasi Digital	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital untuk B2B	12
2.1.3 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	14
2.1.4 <i>New media</i>	15
2.1.5 <i>Website</i>	17
2.1.6 <i>Copywriting</i>	18

2.1.7	SEO Writing	23
2.1.8	Model Komunikasi AIDA	25
2.1.9	Brand Awareness	26
2.1.10	SKKNI	27
2.2	Referensi Karya	29
2.2.1	PT Pamapersada Nusantara	29
2.2.2	PT Xylem Water Solution	34
BAB III KONSEP PERANCANGAN		39
3.1	Tujuan Komunikasi Digital	39
3.2	Strategi Komunikasi Digital	39
3.3	Analisa Strategi Karya	40
3.3.1	Gambaran Rancangan Karya	40
3.3.2	Konsep yang Digunakan	41
3.3.3	Alasan Pemilihan Karya	42
3.3.4	Gambaran Isi Pesan Media	43
3.3.5	Rencana Anggaran Biaya (RAB)	43
3.3.6	Timeline Karya	44
3.4	Konsep Perancangan Pengembangan <i>Copywriting Website</i>	47
3.4.1	Konsep Analisis Kebutuhan <i>Copywriting Website</i>	47
3.4.2	Konsep Penerapan Model Komunikasi AIDA dalam <i>Copywriting Website</i>	49
3.4.3	Konsep Penyusunan Struktur Konten Digital <i>Copywriting</i> dalam <i>Website</i>	51
3.4.4	Konsep Penerapan SEO Writing sebagai Pendukung Struktur Konten <i>Website</i>	52
BAB IV ANALISIS PROSES		54
4.1	Deskripsi Karya yang Diproduksi	54
4.2	Analisis Proses Produksi	55
4.2.1	Proses Perumusan dan Persetujuan Konsep Digital <i>Copywriting</i>	55
4.2.2	Uraian Alur Tahapan Pengembangan <i>Website</i>	56
4.2.3	Konsep Strategi Digital <i>Copywriting Website</i>	58

4.2.4	Implementasi Digital Copywriting pada Halaman Produk	63
4.3	Analisis Hasil Karya	68
4.3.1	Evaluasi Implementasi Digital Copywriting <i>Website</i>	68
4.3.2	<i>Review</i> dan Tanggapan Klien terhadap Digital <i>Copywriting</i>	73
4.3.3	Kendala dan Solusi dalam Proses Pengembangan Digital <i>Copywriting</i>	74
BAB V PENUTUP		77
5.1	Simpulan	77
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Akademis.....	78
5.2.2	Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025.....	1
Gambar 1. 2 Logo PT ASROLEN.....	2
Gambar 1. 3 Tampilan <i>Website</i> PT ASROLEN.....	3
Gambar 1. 4 Logo PT Pamapersada Nusantara	5
Gambar 1. 5 Tampilan <i>Website</i> PT Pamapersada Nusantara.....	6
Gambar 1. 6 Logo Xylem Water Solutions Indonesia	6
Gambar 1. 7 Tampilan <i>Website</i> Xylem Water Solutions Indonesia.....	7
Gambar 2. 1 Identifikasi Kata Kunci pada Page Home melalui SEO Quake	29
Gambar 2. 2 Tampilan <i>Page Center of Excellence</i>	30
Gambar 2. 3 Tampilan <i>Page About Us Website</i>	30
Gambar 2. 4 Penjelasan <i>Service</i> di <i>Page About Us</i>	31
Gambar 2. 5 Tampilan <i>Page Sustainability</i>	32
Gambar 2. 6 Penyajian Data Perusahaan di <i>Page Home</i>	32
Gambar 2. 7 Tampilan Tombol CTA di <i>Page Home</i>	33
Gambar 2. 8 Identifikasi Kata Kunci pada <i>Page Home</i> melalui SEO Quake	34
Gambar 2. 9 Penggunaan Nada Interaktif di <i>Page Home</i>	34
Gambar 2. 10 Penggunaan Kalimat Mudah Dibaca di <i>Page Home</i>	35
Gambar 2. 11 Penyajian <i>Vertical Market</i> di <i>Page Home</i>	36
Gambar 2. 12 Tampilan Artikel di <i>Page Resources</i>	36
Gambar 2. 13 Penyajian Data Perusahaan di <i>Page Home</i>	37
Gambar 2. 14 Tampilan Tombol CTA di <i>Page Product & Services</i>	38
Gambar 4. 1 Alur Tahapan Pengembangan <i>Website</i>	57
Gambar 4. 2 <i>Creative Brief Website</i> PT ASROLEN	58
Gambar 4. 3 Tampilan <i>Wireframe Page Products</i>	60
Gambar 4. 4 Tampilan <i>Wireframe Page Products</i> Kategori <i>Dredger</i>	60
Gambar 4. 5 Tampilan <i>Wireframe Page Products Details</i>	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jobdesc Tim.....	8
Tabel 1. 2 Judul Tim.....	9
Tabel 3. 1 Rencana Anggaran Biaya Digital <i>Copywriter</i>	44
Tabel 3. 2 Rencana Anggaran Biaya (RAB)	44
Tabel 3. 3 <i>Timeline</i> Karya	45
Tabel 3. 4 Informasi Pada Halaman <i>Website</i>	48
Tabel 3. 5 Tahapan AIDA dalam <i>Copywriting Website</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Creative Brief*
- Lampiran 2 Alur Tahapan Pembuatan *Website*
- Lampiran 3 *Minutes Of Meeting* Wawancara Pra-Survei
- Lampiran 4 *Term Of Reference* Optimalisasi *Website*
- Lampiran 5 *Minutes Of Meeting* Perancangan Digital *Copywriting*
- Lampiran 6 *Script Copywriting Website*
- Lampiran 7 *Minutes Of Meeting* Evaluasi Akhir Digital *Copywriting*
- Lampiran 8 *Wireframe Website*
- Lampiran 9 *Website* PT ASROLEN Sebelum *Redesign*
- Lampiran 10 *Website* PT ASROLEN Setelah *Redesign*
- Lampiran 11 Dokumentasi Tim Bersama Direktur Utama PT ASROLEN
- Lampiran 12 Lokasi dan Foto Gedung PT ASROLEN
- Lampiran 13 Surat Konfirmasi Penyelesaian Proyek *Redesign Website*
- Lampiran 14 *Curriculum Vitae* (CV)

