

**HALAMAN JUDUL**



PEMANFAATAN SEARCH ENGINE DALAM MEMENUHI  
KEBUTUHAN INFORMASI PRODUK BASO ACI DI SHOPEE  
PADA TOKO BOCI KAKANG

UNIVERSITAS  
**SKRIPSI**  
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

**ANGELIA SHIHWATUL ISLAMI**

**44320110008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**  
**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelia Shihwatul Islami  
NIM : 44320110008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Search Engine Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Produk Baso Aci di Shopee Pada Toko Boci Kakang

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2024



Angelia Shihwatul Islami

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Angelia Shihwatul Islami  
NIM : 44320110008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Search Engine Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Produk Baso Aci Di Shopee Pada Toko Boci Kakang

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom.  
NIDN : 0308018703  
Ketua Penguji : Engga Probi Endri, S.Ikom, MA.  
NIDN : 0317089402  
Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom  
NIDN : 0320037307

(  )

(  )

(  )

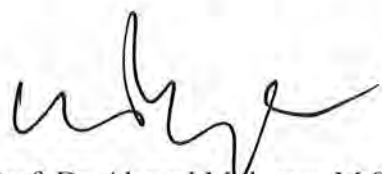
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA


Jakarta, 30 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pemanfaatan *Search Engine* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Produk Baso Aci Di Shopee Pada Toko Boci Kakang” dengan baik dan tepat waktu. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua serta saudara-saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan proposal ini. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Jurusan Komunikasi Pemasaran & Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak, khususnya:

1. Ibu Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, atas segala saran, waktu, dan pengetahuan yang diberikan, serta semangat dan motivasi yang diberikan kepada saya.
2. Bapak Dudi Hartono, M.Ikom, selaku Dosen Puji Ahli, atas segala saran, waktu dan pengetahuan yang diberikan kepada saya
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Eddy S. Tumenggung, Ir, MM., selaku Dosen Pengampu mata kuliah Tugas Akhir, atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed, selaku Dosen Pengampu mata kuliah Riset Komunikasi, atas saran, waktu, dan pengetahuan yang diberikan kepada saya sejak awal pembuatan judul penelitian ini.

8. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
9. Kepada kedua orang tua saya, Mama dan Papa, serta Abang saya yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Pak Robi dan tim Boci Kakang, yang telah memberikan waktu, bantuan, dan partisipasi dalam proses penelitian ini.
11. Kepada Almarhum pacar saya, Alm. Anggi Rodes Wibisana. Terima kasih atas dukungan yang selama ini diberikan semasa hidupnya, tanpa bantuannya saya mungkin tidak akan melanjutkan pendidikan yang saat ini sedang ditempuh.
12. Kepada sahabat saya, Siti Nur Khalishah terimakasih selalu menyemangati selalu menjadi teman yang setia dan selalu memotivasi agar saya percaya bahwa dapat menjalani semua hal didalam hidup saya. berkat dukungan dan doa saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang turut serta dan membantu dalam proses penyelesaian proposal penelitian ini tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain di masa depan, khususnya di Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Bidang Studi Komunikasi Pemasaran & Periklanan. Akhir kata, semoga penulisan proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya para praktisi Public Relations. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 9 Agustus 2024

Peneliti

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Angelia Shihwatul Islami  
NIM : 44320110008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Search Engine Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Produk Baso Aci Di Shopee Pada Toko Boci Kakang

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, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2024



Angelia Shihwatul Islami

Angelia Shihwatul Islami

44320110008

Fakultas Ilmu Komunikasi

Pemanfaatan *Search Engine* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Produk Baso Aci Di Shopee Pada Toko Boci Kakang

## ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan teknologi internet menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam perdagangan elektronik (e-commerce). Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan fitur search engine di platform Shopee untuk memenuhi kebutuhan informasi konsumen terkait produk baso aci di toko Boci Kakang. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan *search engine* untuk mencari produk yang mereka butuhkan dengan cepat dan efisien. Shopee sebagai salah satu e-commerce terbesar di Indonesia menawarkan fitur pencarian yang memungkinkan konsumen menemukan produk berdasarkan kata kunci tertentu.

Penelitian ini menggunakan teori pemasaran digital dan optimasi mesin pencari (SEO) sebagai dasar teoritis. SEO sangat relevan dalam meningkatkan visibilitas produk di e-commerce seperti Shopee. Dengan penggunaan kata kunci yang tepat, produk dapat muncul lebih sering di hasil pencarian, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan. Teori ini mendasari bagaimana strategi digital dapat diterapkan untuk mengoptimalkan pencarian produk dan meningkatkan interaksi konsumen dengan produk yang dicari.

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode studi kasus di toko Boci Kakang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik toko, tim pemasaran, dan konsumen, serta melalui observasi langsung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konsumen menggunakan fitur search engine di Shopee dan bagaimana kata kunci yang digunakan dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kata kunci yang spesifik dan deskripsi produk yang jelas sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas produk di Shopee. Fitur pencarian yang mudah digunakan, ditambah dengan ulasan pelanggan, harga yang kompetitif, dan gambar produk yang menarik, memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimasi fitur search engine di e-commerce dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan penjualan produk, khususnya dalam kategori produk kuliner seperti baso aci.

Kata Kunci: *Search Engine Optimization (SEO)*, Kebutuhan Informasi, Pemasaran Digital, Shopee

Angelia Shihwatul Islami

44320110008

Faculty Of Communication

Utilization Of Search Engines In Fulfilling Information Needs For Baso Aci  
Products On Shopee At The Boci Kakang Store

## **ABSTRACT**

In the rapidly evolving digital era, the use of internet technology has become increasingly important in everyday life, including in e-commerce. This study focuses on the utilization of search engine features on the Shopee platform to meet consumer information needs related to "baso aci" products at the Boci Kakang store. With the growing number of internet users in Indonesia, more people are using search engines to quickly and efficiently find the products they need. Shopee, as one of the largest e-commerce platforms in Indonesia, offers a search feature that allows consumers to find products based on specific keywords.

This research is based on digital marketing theory and search engine optimization (SEO) as the theoretical foundation. SEO is highly relevant in enhancing product visibility on e-commerce platforms like Shopee. By using the right keywords, products can appear more frequently in search results, ultimately increasing sales. This theory underpins how digital strategies can be applied to optimize product searches and enhance consumer interaction with the desired products.

This research employs a qualitative approach with a case study method at the Boci Kakang store. Data is collected through in-depth interviews with the store owner, marketing team, and consumers, as well as through direct observation. The study aims to understand how consumers use the search engine feature on Shopee and how the keywords used can meet their information needs.

The results of the study indicate that the use of specific keywords and clear product descriptions are highly effective in increasing product visibility on Shopee. An easy-to-use search feature, along with customer reviews, competitive pricing, and attractive product images, plays a crucial role in influencing purchasing decisions. The study concludes that optimizing the search engine feature in e-commerce can enhance consumer satisfaction and product sales, particularly in the culinary product category such as "baso aci."

Keywords: Search Engine Optimization (SEO), Information Needs, Digital Marketing, Shopee



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....                   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | iii  |
| KATA PENGANTAR .....   | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH<br>..... | vi   |
| ABSTRAK .....  | vii  |
| ABSTRACT .....   | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xii  |
| DAFTAR TABEL.....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                            | 1    |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                                     | 11   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 11   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                    | 12   |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                                   | 12   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                    | 12   |
| 1.4.3 Manfaat Sosial.....                                      | 13   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                   | 14   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                  | 14   |
| 2.2 Kajian Teoritis .....                                      | 26   |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....                               | 26   |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....                        | 27   |
| 2.2.2.1 Strategi Pemasaran Digital.....                        | 28   |
| 2.2.2.2 Alat dan Teknik dalam Pemasaran Digital .....          | 28   |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 2.2.2.3   | Pengukuran dan Evaluasi Efektivitas Pemasaran Digital . | 30        |
| 2.2.3   | Search Engine Optimization (SEO) .....                  | 30        |
| 2.2.4   | Search Engine Marketing .....                           | 32        |
| 2.2.5   | SEO dalam Komunikasi Pemasaran Digital .....            | 33        |
| 2.2.6   | Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....                     | 34        |
| 2.2.7   | E-Commerce .....  | 36        |
| 2.2.8   | Shopee .....  | 36        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....          |   | <b>38</b> |
| 3.1   | Paradigma Penelitian .....                              | 38        |
| 3.2   | Metode Penelitian .....                                 | 39        |
| 3.3   | Subjek Penelitian .....                                 | 41        |
| 3.4   | Teknik Pengumpulan Data .....                           | 43        |
| 3.4.1   | Data Primer .....                                       | 43        |
| 3.4.2   | Data Sekunder .....                                     | 44        |
| 3.5   | Teknik Analisis Data .....                              | 44        |
| 3.6   | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....                 | 45        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> ..... |   | <b>47</b> |
| 4.1   | Gambaran Umum Obyek Penelitian.....                     | 47        |
| 4.1.1   | Profil Boci Kakang.....                                 | 47        |
| 4.1.2   | Visi .....  | 49        |
| 4.1.3   | Misi .....  | 49        |
| 4.1.4   | Logo Boci Kakang .....                                  | 50        |
| 4.1.5   | Struktur Perusahaan Boci Kakang .....                   | 51        |
| 4.1.6   | Kegiatan Boci Kakang .....                              | 53        |
| 4.1.7   | Deskripsi Informan Penelitian .....                     | 54        |

|                                 |  |    |
|---------------------------------|--|----|
| 4.2                             | Hasil Penelitian.....                                    | 57 |
| 4.2.1                           | Pemanfaatan Search Engine dalam Pemasaran Digital.....   | 58 |
| 4.2.2                           | Pengaruh Search Engine terhadap Perilaku Konsumen.....   | 60 |
| 4.2.3                           | Implementasi Strategi Search Engine Marketing (SEM)..... | 62 |
| 4.2.4                           | Optimalisasi Konten untuk Search Engine .....            | 64 |
| 4.2.5                           | Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konsumen.....              | 68 |
| 4.3                             | Pembahasan .....   | 70 |
| 4.3.1                           | Search Engine Optimization .....                         | 70 |
| 4.3.2                           | <i>Hybrid Search Engine</i> .....                        | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... |  | 77 |
| 5.1                             | Kesimpulan.....  | 77 |
| 5.2                             | Saran.....   | 79 |
| 5.2.1                           | Saran Praktis .....                                      | 79 |
| 5.2.2                           | Saran Akademis .....                                     | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA .....            |  | 81 |
| LAMPIRAN.....                   |  | 86 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....                             | 1  |
| Gambar 1. 2 Contoh Iklan di Search Engine Google .....                              | 4  |
| Gambar 1. 3 Sepuluh E-Commerce Terbaik di Indonesia .....                           | 4  |
| Gambar 1. 4 Contoh Iklan di Search Engine Shopee .....                              | 7  |
| Gambar 1. 5 Rincian Toko Boci Kakang (@kikikiko19) di Shopee .....                  | 8  |
| Gambar 4. 1 Profile Boci Kakang di Shopee.....                                      | 48 |
| Gambar 4. 2 Logo Boci Kakang .....  | 50 |
| Gambar 4. 3 Struktur Perusahaan Boci Kakang .....                                   | 51 |
| Gambar 4. 4 Contoh review pengguna lain .....                                       | 61 |
| Gambar 4. 5 Contoh deskripsi produk Baso Aci Tulang Rangu di toko Boci Kakang ..... | 63 |
| Gambar 4. 6 Contoh produk Baso Aci Tulang Rangu di toko Boci Kakang.....            | 65 |
| Gambar 4. 7 Contoh kata kunci suggestion di Shopee .....                            | 66 |
| Gambar 4. 8 Contoh kata kunci di google trend.....                                  | 67 |
| Gambar 4. 9 Kata Kunci kompetitor Baso Aci Teh Shanty .....                         | 68 |

## DAFTAR TABEL

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Table 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| Table 4. 1 Deskripsi Informan.....   | 54 |

