

IMPLEMENTASI *USER INTERFACE* DAN *CONTENT MARKETING* PADA *WEBSITE* PT JAVA CONNECTION

Aji Riswanto

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran *user interface* dan *content marketing* pada *website*, seperti yang diterapkan PT Java Connection. Komunikasi pemasaran sarana yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasikan, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk-prduk dan merek yang dijual. *User interface* merupakan tampilan desain yang tampak pada layar perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau komputer dengan fokus pada tampilan aplikasi bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam pengoprasian aplikasi tersebut. *Content marketing* adalah sebuah pendekatan strategi *marketing* yang berfokus pada pembuatan dan penyebaran konten bernilai, relevan dan konsisten untuk menarik dan memelihara *audiens*. Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi tugas tindakan dan memastikan proses tersebut mencapai tujuan yang dinyatakan dalam rencana. Tugas akhir ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan pengolahan data kuesioner penulis menggunakan metode *arithmetic mean* dan skala pengukuran *likert*. Hasil analisis pada 40 responden mengenai implementasi komunikasi pemasaran *user interface* pada *website* mendapatkan nilai skor 3,78, skor tersebut termasuk dalam kriteria penilaian baik dari aktivitas dengan tujuan komunikasi pemasaran *user interface* pada *website* Javaconnection.asia. Hasil analisis mengenai implementasi komunikasi pemasaran *content marketing* pada *website* mendapatkan nilai skor 3,80, skor tersebut termasuk dalam kriteria penilaian baik dari aktivitas dengan tujuan komunikasi pemasaran *content marketing* pada *website* Javaconnection.asia.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, User Interface, Content Marketing, Implementasi Pemasaran.*

IMPLEMENTATION OF USER INTERFACE AND CONTENT MARKETING IN THE WEBSITE OF PT JAVA CONNECTION

Aji Riswanto

Abstract

This study aims to determine the implementation of user interface marketing communications and content marketing on the website as implemented by PT Java Connection. Marketing communication is a means used to inform, customize, and remind consumers, either directly or indirectly, about the products and brands being sold. The user interface is a design view that appears on the screen of a mobile device such as a smartphone or computer with a focus on the appearance of the application, which aims to make it easier for users to operate the application. Content marketing is a strategic marketing approach that focuses on creating and disseminating valuable, relevant and consistent content to attract and retain an audience. Marketing implementation is the process that turns the marketing plan into an action task and ensures that the process achieves the objectives stated in the plan. This final project is a research with qualitative and quantitative approaches. Based on the data processing of the questionnaire the author uses the arithmetic mean method and the Likert scale of measurement. The results of the analysis on 40 respondents regarding the implementation of user interface marketing communications on the website get a score of 3.78, this score is included in the good assessment criteria of activities with the aim of user interface marketing communications on the Javaconnection.asia website. The results of the analysis regarding the implementation of content marketing marketing communications on the website get a score of 3.80, this score is included in the good assessment criteria of activities with the aim of content marketing marketing communications on the Javaconnection.asia website.

Keywords: *Marketing Communication, User Interface, Content Marketing, Marketing Implementation.*