

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN *COPYWRITING* BERBASIS *EMOTIONAL APPEAL*
PADA *WEBSITE* AFILIASI NADEEM INDONESIA
UNTUK MEMBANGUN MINAT JOIN PADA PROGRAM *AFFILIATE*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Di susun oleh:
Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM: 2370404081

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Copywriting* Berbasis *Emotional Appeal* Pada *Website*
Afiliasi Nadeem Indonesia Untuk Membangun Minat Join Pada
Program *Affiliate*
Penulis : Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM : 2370404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, tanggal 20 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,


Rizky Kertanegara, M.Si.
NIP 198301152014041001

Anggota 1


Pahala Basuki, S.Kom., M.I.Kom.

Anggota 2


Muhammad Nur, M.Kom., M.M.
NIP 0052744645130103

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi


Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062906041001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Copywriting* Berbasis *Emotional Appeal* Pada *Website* Afiliasi
Nadccm Indonesia Untuk Membangun Minat Join Pada Program *Affiliate*
Penulis : Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM : 2370404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing 1



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP 199304272024061001

Pembimbing 2



Muhammad Nur, M.Kom., M.M.
NIP 0052744645130103

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM : 2370404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
**PEMBUATAN *COPYWRITING* BERBASIS *EMOTIONAL APPEAL* PADA *WEBSITE* AFILIASI
NADEEM INDONESIA UNTUK MEMBANGUN MINAT JOIN PADA PROGRAM *AFFILIATE***
adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM 2370404081

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Zulfa Baihaqi
NIM : 2370404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PEMBUATAN COPYWRITING BERBASIS EMOTIONAL APPEAL PADA WEBSITE AFILIASI NADEEM INDONESIA UNTUK MEMBANGUN MINAT JOIN PADA PROGRAM AFFILIATE** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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, 11 Juni 2026

The image shows an official stamp of Politeknik Negeri Media Kreatif (PNMK) with a handwritten signature over it. The stamp is rectangular and contains the text 'POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF' and 'METER STAMP' along with a serial number 'BB17A00043654269'. The signature is written in black ink over the stamp.

Muhamad Zulfa Baihaqi
NIIM 2370404081

ABSTRAK

Rendahnya *awareness* masyarakat terhadap Program Affiliate Nadeem Indonesia menunjukkan bahwa media komunikasi yang digunakan sebelumnya belum mampu menyampaikan informasi secara efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis kebutuhan penggunaan website, mengembangkan Website Program Affiliate Nadeem Indonesia dengan strategi *copywriting* berbasis *emotional appeal*, serta mengetahui respons pengguna terhadap website dalam meningkatkan *awareness*. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan *project-based*. Website dikembangkan menggunakan platform Wix dengan menerapkan *Trust Appeal*, *Fear Appeal*, *Happiness Appeal*, dan *Hope Appeal*. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner terhadap 54 responden dan didukung oleh data *traffic* website dari Wix Analytics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website mampu menyajikan informasi secara lebih jelas dan mudah dipahami, dengan *Trust Appeal* sebagai pendekatan yang paling dominan. Mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap aspek *awareness*, pemahaman, ketertarikan, dan kepercayaan. Dengan demikian, website efektif sebagai media komunikasi digital dalam meningkatkan *awareness* terhadap Program Affiliate Nadeem Indonesia.

Kata Kunci: *Website, Copywriting, Emotional Appeal, Awareness, Program Affiliate.*

ABSTRACT

Low public awareness of the Nadeem Indonesia Affiliate Program indicates that the previous communication media were not effective in delivering information. This study aims to analyze the need for a website, develop the Nadeem Indonesia Affiliate Program Website using an *emotional appeal*-based copywriting strategy, and examine users' responses in increasing awareness. The study employed a descriptive method with a *project-based* approach. The website was developed using the Wix platform by implementing *Trust Appeal*, *Fear Appeal*, *Happiness Appeal*, and *Hope Appeal*. The evaluation involved 54 respondents using a Likert-scale questionnaire and was supported by website traffic data from Wix Analytics. The results indicate that the website presents information more clearly and effectively, with *Trust Appeal* emerging as the dominant approach. Most respondents reported positive responses regarding awareness, understanding, interest, and trust after accessing the website. Therefore, the website proved to be an effective digital communication medium for increasing public awareness of the Nadeem Indonesia Affiliate Program.

Keywords: *Website, Copywriting, Emotional Appeal, Awareness, Affiliate Program.*

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pembuatan Copywriting Berbasis *Emotional Appeal* Pada Website Afiliasi Nadeem Indonesia untuk Membangun Minat Join Pada Program *Affiliate*”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir;
2. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
4. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom Sekretaris Program Studi Periklanan;
7. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
8. Muhammad Nur, M.Kom., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini;
9. Kepada kedua orang tua tercinta, yang memilih tetap menjadi langit ketika penulis belajar terbang, menjadi pelabuhan ketika penulis kembali, dan menjadi doa yang tak pernah lelah mengiringi setiap perjalanan; terima kasih atas kasih yang tak bersyarat, sebab di balik setiap keberhasilan

penulis selalu ada ketulusan yang mereka sembunyikan dalam diam; setiap doa yang dipanjatkan, setiap pengorbanan yang tak pernah diperhitungkan, serta setiap harapan yang dititipkan telah menjadi kekuatan yang membawa penulis mampu melewati setiap rintangan hingga sampai pada titik ini; terima kasih karena selalu percaya pada penulis, bahkan ketika penulis sendiri dipenuhi keraguan.

10. Saudara laki-laki penulis, yang menjadi penyemangat di setiap langkah, penguat di setiap keraguan, serta senantiasa menghadirkan dukungan, arahan, dan motivasi hingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini;
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan masukan yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini;
12. Kepada MP, SA, dan MAA yang bagi penulis bukan hanya teman, tetapi juga sahabat sekaligus kakak yang telah menemani, memberikan dukungan, bantuan, serta menjadi tempat berbagi cerita dan semangat selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini;
13. Seluruh anggota Grup Tugas Massch yang telah memberikan bantuan, masukan, dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
14. Seluruh teman-teman anggota Grup Stuju Agency yang telah memberikan dukungan, bantuan, pengalaman, serta kerja sama yang berharga selama masa perkuliahan;
15. Seluruh mahasiswa Program Studi Periklanan Angkatan 2023 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis serta memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran yang berharga;
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di masa mendatang.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, khususnya dalam bidang periklanan, pemasaran digital, dan pengembangan *website* berbasis *emotional appeal*, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian dan pengembangan karya sejenis di masa mendatang.

Jakarta, 12 Juli 2026

Penulis,



Muhamad Zulfa Baihaqi

NIM 2370404081

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penulisan.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Bagi Masyarakat	10
2. Manfaat Bagi Perusahaan.....	10
3. Manfaat Bagi Perusahaan Sejenis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
<i>A. Affiliate Marketing</i>	<i>12</i>
1. Pengertian <i>Affiliate Marketing</i>	12
2. Karakteristik <i>Affiliate Marketing</i>	14
3. Manfaat <i>Affiliate Marketing</i>	15

<i>B. Website</i>	17
1. Pengertian <i>Website</i>	17
2. Fungsi <i>Website</i>	18
<i>C. Copywriting</i>	19
1. Pengertian <i>Copywriting</i>	19
2. Fungsi <i>Copywriting</i>	20
3. <i>Copywriting</i> dalam <i>Website</i>	22
4. <i>Copywriting</i> Berbasis Emosi	23
<i>D. Awareness</i>	25
1. Pengertian <i>Awareness</i>	25
2. <i>Awareness</i> dalam Komunikasi Pemasaran	26
3. Peran <i>Awareness</i> dalam <i>Digital Marketing</i>	27
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Awareness</i>	29
<i>E. Emotional Appeal</i>	30
1. Pengertian <i>Emotional Appeal</i>	30
2. <i>Emotional Appeal</i> dalam Komunikasi Digital.....	31
3. <i>Emotional Appeal</i> dalam <i>Copywriting</i>	32
F. Jenis <i>Emotional Appeal</i> yang Digunakan	34
1. <i>Trust Appeal</i>	34
2. <i>Hope Appeal</i>	35
3. <i>Fear Appeal</i>	36
4. <i>Happiness Appeal</i>	37
BAB III METODE PELAKSANAAN	38
A. Data dan Objek Penelitian.....	38
1. Gambaran Umum Perusahaan	39

2. Lokasi Perusahaan	39
3. Logo Perusahaan.....	40
B. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Observasi	40
2. Kuesioner.....	41
3. <i>Traffic Website</i>	42
C. Langkah Kerja	43
1. Praproduksi (Persiapan)	43
2. Produksi (Pelaksanaan)	45
3. Pasca Produksi (Evaluasi)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Analisis Kebutuhan <i>Website</i> Program <i>Affiliate</i> Nadeem Indonesia	47
B. Hasil Pembuatan <i>Website Affiliate</i> Nadeem Indonesia	49
1. Konsep Awal <i>Website</i>	49
2. Struktur <i>Website</i>	50
3. <i>Hero Section</i>	52
5. <i>Section</i> Permasalahan <i>Affiliate</i>	55
6. <i>Section</i> Solusi dan Pendampingan	56
8. <i>Section</i> Produk <i>Affiliate</i>	59
9. <i>Section Why</i> Nadeem	61
10. <i>Section Value</i>	62
11. <i>Section Filter</i>	63
12. <i>Section Alur</i>	65
13. <i>Section Call To Action</i>	66
C. Implementasi <i>Emotional Appeal</i> pada <i>Website Affiliate</i> Nadeem Indonesia.	67

1. Implementasi <i>Trust Appeal</i>	67
2. Implementasi <i>Fear Appeal</i>	74
3. Implementasi <i>Happines Appeal</i>	79
4. Implementasi <i>Hope Appeal</i>	81
D. Hasil Implementasi <i>Website</i> Terhadap <i>Awareness</i> Program <i>Affiliate</i>	85
1. Karakteristik Responden	86
2. Hasil Penilaian Responden terhadap <i>Website</i>	89
E. Hasil Analisis <i>Traffic Website</i>	94
1. Jumlah Pengunjung <i>Website</i>	95
2. Sumber <i>Traffic Website</i>	96
3. Perangkat yang Digunakan Pengunjung	98
F. Pembahasan Hasil Penelitian	98
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
1. Saran untuk Nadeem Indonesia	101
2. Saran untuk Pengembangan Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tampilan Hero Section.....	52
Gambar 4.2 Tampilan Section Pengenalan Nadeem Affiliate Community	53
Gambar 4.3 Tampilan Section Permasalahan Affiliate	55
Gambar 4.4 Tampilan Section Solusi & Pendampingan.....	56
Gambar 4.5 Tampilan Section Manfaat Program Affiliate.....	57
Gambar 4.6 Tampilan Section Produk Affiliate	59
Gambar 4.7 Tampilan Section Why Nadeem	61
Gambar 4.8 Tampilan Section Value.....	62
Gambar 4.9 Tampilan Section Filter	63
Gambar 4.10 Tampilan Section Alur.....	65
Gambar 4.11 Tampilan Section Call To Action	66
Gambar 4.12 Section 2 Website.....	68
Gambar 4.13 Section 4 Website.....	69
Gambar 4.14 Section 6 Website.....	71
Gambar 4.15 Section 7 Website.....	72
Gambar 4.16 Section 10 Website.....	74
Gambar 4.17 Section 3 Website.....	75
Gambar 4.18 Section 9 Website.....	77
Gambar 4.19 Section 8 Website.....	79
Gambar 4.20 Section 1 Website.....	82
Gambar 4.21 Section 5 Website.....	83
Gambar 4.22 Section 9 Website.....	84
Grafik 4.23 Peningkatan Awareness Program Affiliate	89
Grafik 4.24 Pemahaman Terhadap Program Affiliate.....	91
Grafik 4.25 Ketertarikan & Kepercayaan terhadap Program Affiliate	92
Gambar 4.26 Pendapat Responden terhadap Program Affiliate	93
Grafik 4.27 Grafik Kunjungan Website	95
Gambar 4.28 Tabel Sumber Traffic Website	96
Gambar 4.29 Tabel Hasil Interaksi Pada Website.....	97
Gambar 4.30 Diagram Jenis Perangkat yang Digunakan.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Analisis Kebutuhan.....	48
Tabel 4.2 Struktur Website	51
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	86
Tabel 4.4 Usia.....	87
Tabel 4 5 Pekerjaan.....	87
Tabel 4.6 Awareness Awal.....	88