

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin majunya dunia teknologi dan semakin banyaknya kebutuhan akan pelayanan. Dalam dunia bisnis untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan melengkapi aplikasi dalam suatu organisasi maka di lahirkanlah tren e-business. Kekuatan media internet yang cukup besar, memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha, dengan memahami strategi bisnis dalam pemasaran dan promosi produk atau jasa, dengan media sosial internet, strategi Online marketing membuat usaha seakan-akan 24 jam non-stop dan dapat di akses seluruh dunia dan tidak banyak mengeluarkan banyak biaya.

E-Commerce adalah kegiatan perdagangan yang di lakukan melalui perantara halaman *web* di internet. Kelebihan dari *E-Commerce* adalah kegiatan perdagangan yang di lakukan melalui perantara halaman web di internet. Kelebihan dari *e-commerce* di bandingkan dengan perdagangan biasa terletak pada kemudahan dan fleksibilitas yang di tawarkan. *E-Commerce* merupakan hasil penerapan (aplikasi) teknologi informasi, yang memungkinkan terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen melalui internet.

Selama ini, iklan sering di muat dalam media koran dan televisi. Seiring berkembangnya teknologi yang di tandai dengan munculnya internet, maka iklan juga mulai muncul atau di muat di internet, seperti di Facebook, Instagram, serta di Youtube. Perkembangan teknologi internet ini juga menjadi lahan untuk melakukan bisnis *online*. Artinya internet ini di gunakan untuk memaparkan gambaran iklan suatu produk dimuat di

media sosial, kemudian menawarkan produk tersebut sehingga menarik minat konsumen dan terjadi transaksi jual beli. Iklan yang di tayangkan di media sosial di kemas semenarik mungkin dan bersifat persuasif agar bisa menarik konsumen. Saat ini media sosial dimainkan oleh masyarakat dengan beragam umur, hal ini membuat iklan akhirnya muncul di berbagai media sosial. Pada akhirnya iklan Online bisa menjangkau seluruh khalayak pengguna internet maupun media sosial.

Shopee salah satunya merupakan situs jual beli atau *market place online* yang khusus menyediakan transaksi jual beli. Iklan ini sering muncul di media sosial internet atau *online*. Begitu pula dengan masyarakat, ketika melihat iklan shopee di media *online* banyak konsumen yang tertarij dan melakukan transaksi jual beli. Mereka sering membeli produk-produk aksesoris lainnya. Iklan shopee hampir setiap saat muncul di Media Sosial, pada iklan shopee juga menawarkan diskon, gratis ongkos kirim, dan barang berkualitas. Shopee bisa di bilang menjadi pemain baru di ranah *e-commerce* Tanah Air.

Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Shopee menghadirkan fitur *Live Chat* yang menjadikanya berbeda dengan perusahaan *e-commerce* lainnya. Lewat fitur *Live Chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak di beli, sedangkan *marketplace* yang lain seperti Buukan Lapak, Tokopedia hanya bisa chat biasa saja dan itu pun tidak bisa 24 jam penuh. Dalam pembuatan iklan, shopee lebih kreatif di bandingkan *marketplace* lain. Dalam iklanya Shiopee menggunakan “*Baby Shark*” kemudian liriknya di ganti liriknya

yang sedang *booming* belakangan ini. Keunikan itulah yang menjadi shopee banyak di ingat oleh masyarakat karena iklanya yang unik dan mudah di ingat.

Shopee menghadirkan fitur *Live Chat* yang menjadikanya berbeda dengan perusahaan *e-commerce* lainnya. Lewat fitur *Live Chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak di beli, sedangkan *market place* lain seperti Bukalapak dan Tokopedia hanya bisa chat biasa saja dan itu pun tidak bisa 24 jam penuh. Dalam pembuatan iklan , shopee lebih kreatif di bandingkan *marketplace* lain seperti Bukalapak dan Tokopedia hanya chat biasa saja dan itu pun tidak bisa 24 jam penuh. Dalam pembuatan Iklan Shopee menggunakan lagu “*Baby Shark*” kemudian di ganti liriknya yang sedang booming belakangan ini. Keunikan itulah yang menjadi shopee banyak di ingat oleh masyarakat karena iklanya yang unik dan mudah di ingat.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi yang digunakan Shopee agar iklanya bisa tersebar di Media Sosial Youtube?
2. Apa Hambatan atau Kendala Shopee dalam mempromosikan *Market Place* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Deskripsi penampilan Shopee Youtube
2. Untuk mengetahui strategi yang di lakukan iklan Shopee agar iklanya bisa tersebar di media sosial youtube.

D. Kegunaan dan Masuk Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan nantinya dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi serta dapat membuat sebuah kajian dalam menempatkan media sosial sebagai salah satu media pemasaran iklan online.

2. Kegunaan Praktis

Untuk mengetahui strategi iklan shopee dalam menarik konsumen melalui media dapat member iklan sosial atau internet. Manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana Iklan shopee bberkembang di internet.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku

orang-orang yang di amati. Penelitian kualitatif di tujukan untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas, sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian, kualitatif menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan di dasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang di teliti secara terperinci dan di bentuk dengan kata-kata, gambaran holistik yang rumit, dimana penelitian ini memandang suatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci.¹

2. Data dan Sumber Data

Data adalah catatan peneliti, baik berupa angka yang dapat di gunakan untuk menyusun informasi dalam suatu keperluan.² Sumber data dalam penelitian kualitatif di bagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, antara lain jurnal, skripsi, tesis, disertasi, sedangkan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, baik melalui orang maupun melalui catatan dokumen.³

Dalam penelitian ini, data dari penelitian ini adalah tampilan Iklan Shopee yang muncul di internet atau media sosial. Sedangkan sumber data bya adalah iklan *Online*

¹¹ Ibid., 26-27

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)* (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 118

³ M Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, 164.

shopee di internet atau media sosial. Dengan dokumentasi berupa iklan, penulis dapat mendiskripsikan bagaimana strategi yang di gunakan dalam iklan tersebut dalam menayangkan iklanya di media sosial/ internet.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Teknik observasi merupakan cara yang sangat baik untuk mengawasi perilaku subjek penelitian. Tetapi tidak semua perlu diamati oleh peneliti, hanya hal-hal yang terkait atau yang sangat relevan dengan data yang di butuhkan. Tugas dari peneliti kualitatif adalah mengamati ruang atau tempat untuk di catat atau di gambar.⁴

Dalam penelitian ini, penulis mendokumentasikan iklan shopee yang masuk di media sosial maupun internet. Sehingga dengan gambar hasil rekaman tersebut, penulis dapat mendiskripsikan serta menganalisis strategi iklan *Online* shopee dalam menayangkan iklanya.

b. Dokumentasi

⁴ Ibid., 165.

Dokumentasi disini meliputi materi (bahan) seperti, fotografi, video, film, Memo, Surat, *diary*, rekaman kasus klinis, dan sebagainya yang dapat di gunakan sebagai bahan informasi penunjang dan sebagai bagian berasal dari hasil observasi partisipan dan wawancara mendalam. Dokumen merupakan setiap bahan tertulis atau film yang tidak di persiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti sedangkan record ialah setiap pertanyaan tertulis yang di susun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan penguji suatu peristiwa.⁵

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke ide dalam pola, kategori. Dan satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan tema dan dapat di rumuskan hipotesis kerja seperti yang di sarankan oleh data. Dari rumusan tersebut dapat di tarik satu garis bahwa analisis data bermaksud pertama-tama mengorganisasikan data. Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan, biografi, artikel, dan mengategorisasikanya.⁶

Dalam penelitian ini fasilitator yang akan menafsirkan tanda-tanda maupun pesan dalam iklan *Online* Shopee yang di peroleh dari proses mengamati setiap iklan yang muncul di internet maupun media sosial. Peneliti akan terlebih dahulu mengamati iklan *Online* Shopee kemudian menentukan bagaimana strategi yang di gunakan agar iklanya bisa muncul di internet maupun media sosial.

5. Sistematika Pembahasan

⁵ *ibid.*, 199.

⁶ *ibid.*, 285.

Agar penelitian ini lebih sistematis sehingga tampak adanya gambaran yang terarah, logis dan saling berhubungan antara sub bab dengan bab berikutnya. Pembahasan dalam penelitian ini akan di bagi menjadi lima bab, kelima bab tersebut merupakan satu kesatuan yang utuh yang tidak dapat di pisahkan untuk mencapai tujuan pembahasan agar dapat tergambarkan dengan baik. Sebelum masuk pada bab pertama, peneliti akan mencantumkan dan menguraikan tentang cover atau halaman sampul, halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar. Dan pada bagian akhir adalah daftar misi. Maka penelitian ini di susun ke dalam lima bagian sebagai berikut:

