

Analisis Wacana Iklan Pada *E-Commerce* Shopee Big 6.6 *Great Mid-Year Sale*

Chindi Gracefva Purba¹; Indah Rosa Damanik²;
Putri Azhari³; Sunarti Sunarti⁴; Mustika Wati Siregar⁵
Universitas Negeri Medan

Address: Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru,
Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221

Corresponding author: chindigracefvapurba18@gmail.com¹; indahrosadamanik@gmail.com²;
ptriazhrii2003@gmail.com³; nartisun0103@gmail.com⁴; mustika@unimed.ac.id⁵

Abstract: *Online shopping has become an activity carried out by many groups, one of which is Shopee. Shopee is an e-commerce application which was launched in December 2015 by PT. Shopee Indonesia can foster the entrepreneurial spirit of sellers in Indonesia. Discourse analysis aims to determine the existence of patterns or order expressed by a text. The interpretation of a linguistic unit can be known clearly, including the message to be conveyed, why it must be conveyed, and how the message is conveyed. This research uses a content analysis method with a qualitative approach.*

Keywords: *Shopping, Shopee, Discourse Analysis, Research.*

Abstrak: Belanja online sudah menjadi aktivitas yang banyak dilakukan berbagai kalangan, salah satunya ialah shopee. Shopee merupakan sebuah aplikasi e-commerce yang diluncurkan pada bulan desember tahun 2015 oleh PT. Shopee Indonesia yang dapat menumbuhkan jiwa para seller di Indonesia untuk berwirausaha. Analisis wacana bertujuan untuk mengetahui adanya pola – pola atau tatanan yang di ekspresikan oleh suatu teks, Interpretasi satu unit kebahasaan dapat diketahui secara jelas termasuk pesan yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan bagaimana pesan disampaikan. Penelitian ini menggunakan metode konten analisis dengan pendekatan kualitatif.

Kata kunci: Belanja, shopee, Analisis wacana, penelitian.

LATAR BELAKANG

Belanja *online* sudah menjadi aktivitas yang banyak dilakukan berbagai kalangan. Dewasa ini aplikasi belanja online sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pembayaran belanja online juga semakin dipermudah dengan adanya pembayaran di rumah ketika barang sampai, atau yang biasa dikenal dengan istilah COD (*Cash On Delivery*). Barang yang tersedia juga beragam dari berbagai toko yang menawarkan barang serupa, namun dengan harga yang berbeda. Banyak aplikasi jual beli online dengan fitur yang berbeda menawarkan kemudahan untuk para pengguna aplikasi belanja online dalam melakukan kegiatan jual beli melalui iklan promosi, seperti *Shoope, Lazada, Tokopedia, BukaLapak*, dan sebagainya. Dengan banyaknya aplikasi belanja online yang bermunculan menuntut berbagai aplikasi tersebut untuk bersaing melalui iklan yang mereka tayangkan pada semua *platform* sosial media. Hal tersebut juga memaksa penggerak dan pengusaha UMKM keluar dari zona nyaman untuk berinovasi pada bisnis yang dijalankan, yaitu

menggunakan aplikasi toko online yang sudah banyak tersedia di *Google Playstore*, tempat mengunduh berbagai macam aplikasi, salah satunya aplikasi jual beli online.

Rasio pengguna gawai yang terus bertambah sejalan dengan meningkatnya jumlah pengakses aplikasi belanja online melalui aplikasi dan website. Data sampel dari *e-commerce* di tanah air menunjukkan rata-rata sebesar 87 persen kunjungan berasal dari penggunaan mobile. Temuan tersebut semakin membuktikan bahwa pangsa pengguna perangkat mobile merupakan potensi yang cukup besar dalam meraup jumlah kunjungan yang lebih tinggi (Maulana, 2018).

Salah satu aplikasi jual beli online yang menggunakan iklan sebagai media promosi, adalah *Shopee*. *Shopee* merupakan situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan *SEA Group* (sebelumnya dikenal dengan nama Garena). *Shopee* didirikan tahun 2009 oleh Forrest Li. *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak saat itu memperluas jangkauannya ke *Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam* dan *Filipina*.

Aplikasi *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan spertama kali meluncur sebagai marketplace consumer to consumer (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan business to consumer (B2C) semenjak meluncurkan *Shopee Mall* yang merupakan platform toko daring untuk brand ternama. Jumlah pengunjung tercatat sebanyak 127,4 juta pada kuartal I-2021. Jumlah itu turun 1,47% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 129,3 juta kunjungan. Pada tahun per Juli 2021, platform ini mencatat 120 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif.

Melalui data di atas, dapat kita ketahu kklan merupakan media yang sangat efektif untuk memasarkan barang dan jasa. Iklan juga menunjukkan ciri khas suatu barang, jasa, atau sebuah aplikasi. Dari pemaparan tersebut, peneliti akan menganalisis iklan yang terdapat pada aplikasi *Shopee* Big 6.6 Great Mid Yeeer Sale dalam lingkup struktur iklan.

KAJIAN TEORITIS

Analisis Wacana

Analisis wacana mekan analisis unit linguistik terhadap penggunaan bahasa lisan mau tulispun yang melibatkan orang penyampai pesan dengan penerima pesan tindak dalam komunikasi (Slembrock, 2003:1). Menurut Pendapat Samsuri 1988:1 dan mengatakan bahwa “Wacana ialah rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi”. Satuan bahasa di bawahnya secara berturut-turut adalah kalimat, frasa, kata, dan bunyi. Secara berurutan,

rangkaian bunyi membentuk kata, rangkaian kata membentuk fras, rangkaian fras membentuk kalimat. Akhirnya, rangkaian kalimat membentuk wacana (pandangan formal). Selain itu, menurut Papirus Biru (2006), “Wacana menunjuk terutama dalam hubungan konteks sosial dari pemakaian bahasa” (pandangan dialektika).

Analisis wacana bertujuan untuk mengetahui adanya pola – pola atau tatanan yang di ekspresikan oleh suatu teks, Interpretasi satu unit kebahasaan dapat diketahui secara jelas termasuk pesan yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan bagaimana pesan disampaikan. Analisis wacana mengkaji unit kebahasaan dalam cakupan ilmu linguistik baik mikro seperti sintaksis, pragmatik, morfologi, dan fonologi dan linguistik makro seperti sosiolinguistik, pragmatik, psikolinguistik. Secara singkatnya, kajian wacana Pengertian analisis wacana adalah analisis unit linguistik terhadap penggunaan bahasa lisan maupun tulis yang melibatkan penyampai pesan (penutur atau penulis) dengan penerima pesan (pendengar atau pembaca) dalam tindak komunikasi (Slembrouck, 2003: 1). Kajian wacana merupakan bagian dari studi linguistik tentang struktur pesan dalam suatu komunikasi atau telaah mengenai aneka bentuk dan fungsi linguistik dalam kajian wacana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode konten analisis dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan dan menganalisis isi teks berdasarkan kriteria tertentu (Bungin, 2017).

Menurut Sugiyono (2015:15) penelitian kualitatif ialah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah teknik dokumentasi. Metode dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, agenda, majalah, dan lainnya. Proses dokumentasi diarahkan pada iklan *Shopee 6.6 Great Mid-Year Sale*.

Data-data yang termuat dalam wacana mengenai konteks tulisan pada iklan *shopee* tersebut dapat dipergunakan sebagai bukti dalam melakukan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini yaitu iklan *Shopee 6.6 Great Mid-Year Sale* berupa gambar iklan *Shopee 6.6 Great Mid-Year Sale*. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Iklan Shopee Promo 6.6 *Great Mid-Year Sale*

1. Aplikasi *Shopee*

Shopee merupakan sebuah aplikasi *e-commerce* yang diluncurkan pada bulan desember tahun 2015 oleh PT. *Shopee Indonesia* yang dapat menumbuhkan jiwa para *seller* di Indonesia untuk berwirausaha. *Shopee* memiliki beberapa fitur yang menarik seperti fitur gratis ongkir, fitur COD, fitur *shopee live*, *shopee video*, fitur COD, Voucher dan Cashback, *shopee Pay* dan *Shopee Koin*, *Shopee game*, *Shopee Food*, dan fitur terbarunya adalah *S-PayLater*. Keuntungan serta kelebihan menggunakan aplikasi ini adalah sebagai berikut :

1. *Shopee* memiliki fitur gratis ongkos kirim yang memudahkan pembeli menerima barangnya tanpa membayar biaya pengiriman.
2. *Shopee* juga menawarkan program menarik yang menguntungkan penjual dan pembeli.
3. Berikutnya sistem pembayaran yang mudah melalui rekening bank, ATM, *Shopee Pay*, *Indomaret/Alfamart* dan *cash on delivery*.
4. Aplikasi ini mudah digunakan bahkan untuk pemula.
5. Kecepatan transaksi menghemat waktu Anda saat berbelanja.
6. Prosesnya transparan karena pembeli dapat dengan mudah melihat resi pengiriman melalui aplikasi.
7. Memudahkan penjual dalam memasarkan produknya dengan cepat dan menarik.
8. Terdapat fungsi pembayaran tagihan PLN, internet dan air. Sehingga konsumen tidak perlu bepergian untuk membayar tagihan maupun mengisi pulsa/paket data.
9. Terdapat fitur *live* dan *live chat* yang memiliki banyak penawaran gratis ongkir serta voucher yang dapat memudahkan transaksi penjual dan pembeli.
10. Terdapat fitur chat yang memungkinkan pembeli melakukan penawaran dan menegosiasikan harga.

Struktur Wacana Iklan Iklan *Shopee Promo 6.6 Great Mid-Year Sale*

Objek kajian pada penelitian ini berupa wacana iklan *shopee 6.6 Great Mid-Year Sale*. Analisis ini dilakukan terkait objek penelitian adalah struktur wacana iklan belanja online.

1. Preposisi yang menekankan keuntungan calon konsumen

Preposisi yang menekankan bahwa wacana iklan belanja online ini jauh lebih mudah dan memiliki keuntungan yang menarik konsumen. Iklan *shopee 6.6 Great Mid-Year Sale* membagikan promo menarik mulai dari Gratis Ongkir Rp0, Hadiah Gratis 6

Milyar, hingga Pesta Diskon 60 persen melalui kampanye Shopee 6.6 Great Mid-Year Sale yang berlangsung sejak 13 Mei hingga 6 Juni 2024 mendatang.

Dengan ragam produk pilihan, shopee berupaya memenuhi kebutuhan pengguna, baik dalam menyusun strategi yang efektif dan efisien, maupun menemani perjalanan pengguna," kata Daniel dalam konferensi pers Shopee 6.6 Great Mid-Year Sale di Jakarta, Rabu.

Pada iklan tersebut, mengungkapkan bahwa banyak keuntungan yang akan dimiliki konsumen dalam menggunakan aplikasi shopee, hal itu terlihat pada Gratis Ongkir Rp0, Hadiah Gratis 6 Milyar.

2. Preposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu konsumen

6 Miliar hadiah gratis: Pengguna bisa mengumpulkan poin dengan menyelesaikan berbagai misi baik itu core mission & daily mission sepanjang kampanye. Nantinya, poin-poin yang telah dikumpulkan dapat ditukar setiap harinya dengan berbagai hadiah menarik seperti Mobil, iPhone, emas, dan berbagai voucher belanja hingga 1JT. Cari tahu lebih lanjut mengenai jumlah poin setiap masing-masing produk di platform Shopee.

Pada kalimat dalam iklan tersebut bermaksud mengundang perhatian para konsumen. Iklan tersebut mengundang beberapa pertanyaan konsumen yaitu (1) poin-poin yang akan dikumpulkan dapat ditukar dengan apa? (2) berapa poin yang harus didapat untuk dapat menukarnya menjadi barang yang diinginkan konsumen (3) apa saja yang didapat dalam poin-poin yang ada di shopppe.

3. Preposisi yang memberi perintah kepada calon konsumen

Iklan shopee

Ayo goyang shopee

goyang shopee pi pi

belanja di shopee

semua happy pi pi

Iklan tersebut memerintahkan calon konsumen yang ditunjukkan dengan kata ayo. Kata ayo tersebut memerintahkan calon konsumen agar melakukan goyang shopee dan bisa mendapatkan keuntungan dari goyang shopee tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis wacana bertujuan untuk mengetahui adanya pola – pola atau tatanan yang di ekspresikan oleh suatu teks, Interpretasi satu unit kebahasaan dapat diketahui secara jelas termasuk pesan yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan bagaimana pesan

disampaikan. *Shopee* merupakan sebuah aplikasi *e-commerce* yang diluncurkan pada bulan desember tahun 2015 oleh PT. Shopee Indonesia yang dapat menumbuhkan jiwa para *seller* di Indonesia untuk berwirausaha. Pada iklan shopee menggunakan beberapa preposisi yaitu yang menekankan keuntungan calon konsumen, Preposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu konsumen, Preposisi yang memberi perintah kepada calon konsumen

DAFTAR REFERENSI

- Bugin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Rohana & Syamsuddin (2009). *Analisis Wacana*. Makassar : CV. Samudra Alif-MIM
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Waziana, W., et al. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2). <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr>