

**ANALISIS ISI PESAN PROMOSI *EVENT* TOKOPEDIA
WAKTU INDONESIA BELANJA PADA INSTAGRAM
@TOKOPEDIA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Gisela Isaura Daniel

NRP. 1423018045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

**ANALISIS ISI PESAN PROMOSI *EVENT* TOKOPEDIA
WAKTU INDONESIA BELANJA PADA INSTAGRAM
@TOKOPEDIA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Gisela Isaura Daniel

NRP. 1423018045

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Gisela Isaura Daniel

NRP : 1423018045

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul Analisis Isi Pesan Promosi *Event* Tokopedia Waktu Indonesia Belanja pada Instagram @Tokopedia adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 8 Mei 2022

Penulis



Gisela Isaura Daniel

NRP. 1423018045

Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing

ANALISIS ISI PESAN PROMOSI *EVENT* TOKOPEDIA WAKTU INDONESIA BELANJA PADA INSTAGRAM @TOKOPEDIA

Oleh:

Gisela Isaura Daniel

NRP. 1423018045

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom. (...  ...)

NIDN. 0707078607

Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (...  ...)

NIDN. 0702087602

Surabaya, 8 Mei 2022

Lembar Pengesahan Dosen Penguji

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada: Rabu, 8 Juni 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Finsensius Yuli Purnama.

2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0701067803

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Maria Yuliasuti.

3. Anggota : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Dr. Nanang Krisdinanto.

4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Akhsaniyah.

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Gisela Isaura Daniel

NRP : 1423018045

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **ANALISIS ISI PESAN PROMOSI *EVENT* TOKOPEDIA WAKTU
INDONESIA BELANJA PADA INSTAGRAM @TOKOPEDIA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Mei 2022

Yang menyatakan,



Gisela Isaura Daniel

Halaman Persembahan

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan kasih-Nya kerana telah menyertai penulis dalam mengerjakan skripsi ini hingga tuntas tepat pada waktunya. Karya ini tidak lepas dari kegigihan penulis yang disertai tekanan mental yang mendalam demi mengejar mimpi di masa depan. Karya ini kupersembahkan kepada diri sendiri yang mampu menyelesaikan skripsi ini ditengah hiruk pikuk pekerjaan yang menghantui tiap harinya demi menghidupi diri sendiri. Proses ini tidak lepas dari berkat Tuhan yang melimpah, dukungan keluarga, dan sahabat. Penulis ucapkan terima kasih dan berharap skripsi ini menjadi awal petualangan yang baru dan tak terlupakan.

“Everyone suffers in their life. There are many sad days. But rather than sad days... We hope to have better days. That’s what makes us live. That’s what makes us dream”

RM of BTS

Surabaya, 8 Mei 2022

Gisela Isaura Daniel

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan kasih-Nya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul “Analisis Isi Pesan Promosi *Event* Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Pada Instagram @Tokopedia” yang dirangkai untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Hal ini tentunya tidak lepas dari dukungan orang-orang disekitar yang terlibat dalam proses skripsi ini hingga selesai. Melalui ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan penyertaan dan kasih-Nya kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, meskipun terdapat banyak keringat yang mengalir.
2. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat agar penulis tidak putus asa dalam mengerjakan Skripsi ini.
3. Saudara-saudara penulis, Cicillya Clarissa Daniel dan Jayson Christabel Daniel yang selalu memberikan canda tawa saat penulis dihantui oleh *deadline* yang menanti tiap harinya.
4. Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. dan Ibu Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan tekanan mental kepada penulis dalam proses skripsi ini. Namun jika tidak ada Bu

Maria dan Bu Sonya, penulis tidak mendapatkan saran-saran baik untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul pada skripsi ini.

5. Benyamin Paskahlis Setiawan dan Novia Floriani selaku *intercoder* yang telah menyediakan waktunya ditengah kesibukan masing-masing untuk membantu penulis.
6. Teruntuk teman-teman terdekat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena nama-nama mereka terlalu panjang untuk diukir pada halaman ini, terima kasih telah memberikan dukungan, canda tawa hingga rela mendengarkan caci makian dan bukannya tangisan seperti mahasiswa lainnya.
7. Teruntuk diriku sendiri yang tidak pernah menyerah, *you're doing the best you can and that is enough!*
8. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah menyemangati dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Daftar Isi

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	i
Surat Pernyataan Originalitas.....	ii
Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Dosen Penguji	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Bagan	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	17
I.3. Tujuan Masalah	17
I.4. Batasan Masalah	17
I.5. Manfaat Penelitian	18
I.5.1. Manfaat Teoritis	18
I.5.2. Manfaat Praktis.....	18
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	19
II.1. Penelitian Terdahulu.....	19
II.2. Kerangka Teori.....	25
II.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	25

II.2.1.1. Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	26
II.2.1.2. Iklan	26
II.2.2. <i>Event</i>	28
II.2.3. Instagram sebagai <i>Social Media Marketing</i>	29
II.2.4. Belanja Daring (<i>Online Shopping</i>).....	32
II.2.5. Isi Pesan	33
II.3. Nisbah Antar Konsep	37
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	38
BAB III. METODE PENELITIAN	39
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
III.2. Metode	39
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	40
III.4. Definisi Konseptual	40
III.5. Definisi Operasional	41
III.6. Populasi dan Sampel	45
III.7. Teknik Penarikan Sampel	45
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	46
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	46
III.10. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	48
IV.1.1. Profile Akun Instagram @Tokopedia	48
IV.1.2. <i>Event</i> Tokopedia Waktu Indonesia Belanja	51
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
IV.3. Hasil Penelitian.....	56
IV.3.1. Struktur Pesan	57
IV.3.1.1. Penekanan Pesan	57
IV.3.1.2. Penyajian Pesan	62
IV.3.1.3. Teknik Penyusunan Pesan	68
IV.3.1.4. Penarikan Pesan.....	73

IV.3.2. Daya Tarik Pesan	77
IV.3.2.1. <i>Fear Appeals</i>	79
IV.3.2.2. <i>Emotional Appeals</i>	79
IV.3.2.3. <i>Rational Appeals</i>	82
IV.3.2.4. <i>Humor</i>	84
IV.4. Pembahasan	82
BAB V. PENUTUP	89
V.1. Kesimpulan	89
V.2. Saran.....	90
V.2.1. Saran Akademis.....	90
V.2.2. Saran Praktis.....	90
V.2.3. Saran Sosial	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96

Daftar Tabel

Tabel I.1 Jumlah Unggahan Tokopedia bulan Januari-Maret 2021	9
Tabel IV.1 Reliabilitas Antara Peneliti dan Intercoder A	53
Tabel IV.2 Reliabilitas Antara Peneliti dan Intercoder B.....	54
Tabel IV.3 Tabel Unggahan Terkait Penekanan Pesan Tokopedia	58
Tabel IV.4 Tabel Unggahan Terkait Penyajian Pesan Tokopedia	63
Tabel IV.5 Tabel Unggahan Terkait Teknik Penyusunan Pesan Tokopedia.....	68
Tabel IV.6 Tabel Unggahan Terkait Penarikan Pesan Tokopedia	73
Tabel IV.7 Tabel Unggahan Terkait Daya Tarik Pesan Tokopedia	78
Tabel IV.8 Kecenderungan pada Struktur Pesan dan Daya Tarik Pesan Tokopedia.....	86

Daftar Bagan

Bagan II.4 Bagan Kerangka Konseptual.....	38
---	----

Daftar Gambar

Gambar I.1 Jumlah Pengunjung Situs Bulanan pada 10 <i>E-commerce</i> (Kuartal I-2021).....	8
Gambar I.2 Konten Promosi.....	11
Gambar I.3 Logo Tokopedia	12
Gambar IV.1 Profil Instagram Tokopedia.....	49
Gambar IV.2 Feeds Instagram Tokopedia	50
Gambar IV.3 Logo Tokopedia	50
Gambar IV.4 Unggahan Tokopedia Terkait Penekanan Pesan Satu Sisi	60
Gambar IV.5 Unggahan Tokopedia Terkait Penekanan Pesan Dua Sisi.....	62
Gambar IV.6 Unggahan Tokopedia Terkait Penyajian Pesan <i>Climax</i>	65
Gambar IV.7 Unggahan Tokopedia Terkait Penyajian Pesan <i>Anti-Climax</i>	67
Gambar IV.8 Unggahan Tokopedia Terkait Teknik Penyusunan Pesan <i>Recency</i>	70
Gambar IV.9 Unggahan Tokopedia Terkait Teknik Penyusunan Pesan <i>Primary</i>	72
Gambar IV.10 Unggahan Tokopedia Terkait Penarikan Pesan Eksplisit.....	75
Gambar IV.11 Unggahan Tokopedia Terkait Penarikan Pesan Implisit	77
Gambar IV.12 <i>Photocard</i> Eksklusif Tokopedia X BTS dan Blackpink	80
Gambar IV.13 Unggahan Tokopedia Terkait <i>Emotional Appeals</i>	81
Gambar IV.14 Unggahan Tokopedia Terkait <i>Rational Appeals</i>	83
Gambar IV.15 Unggahan Tokopedia Terkait <i>Humor</i>	85

Daftar Lampiran

Lembar Koding/ <i>Coding Sheet</i>	96
--	----

ABSTRAK

GISELA ISAURA DANIEL NRP. 1423018045. ANALISIS ISI PESAN PROMOSI *EVENT* TOKOPEDIA WAKTU INDONESIA BELANJA PADA INSTAGRAM @TOKOPEDIA.

Penelitian ini melihat bagaimana struktur pesan dan daya tarik pesan yang dilakukan Tokopedia sebagai kegiatan pemasaran di media sosial. Penelitian ini berfokus pada fenomena isi pesan promosi *event* Tokopedia Waktu Indonesia Belanja pada media sosial Instagram @Tokopedia. Hal ini diangkat sebagai penelitian karena munculnya fenomena Tokopedia yang berhasil menduduki peringkat pertama pada jumlah pengunjung situs bulanan dengan menyalip Shopee sebagai kompetitor terbesarnya. Selain itu, Tokopedia juga mengumumkan BTS dan Blackpink sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia pada Januari 2021 setelah mengalami peristiwa kebocoran data yang terjadi pada tahun 2020. Analisis isi digunakan untuk mengetahui gambaran isi pesan promosi. Subjek dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram @Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Pada penelitian ini, isi pesan promosi Tokopedia menggunakan penekanan pesan, penyajian pesan, teknik penyusunan pesan, penarikan pesan, dan daya tarik pesan. Tokopedia menggunakan penekanan pesan dimana pesan ditekankan kepada kebutuhan pengirim pesan dan menyodorkan kelebihan dan aspek positif, penyajian pesan yang menempatkan argumentasi sebagai titik terpenting pada awal pesan, teknik penyusunan pesan yang menempatkan aspek positif pada akhir pesan, penarikan pesan secara langsung dan jelas, dan daya tarik pesan disajikan dengan unsur-unsur logis-rasional-fakta.

Kata Kunci: Analisis Isi, Pesan Promosi, Tokopedia, Instagram

ABSTRACT

GISELA ISAURA DANIEL NRP. 1423018045. ANALYSIS OF THE CONTENT OF TOKOPEDIA WAKTU INDONESIA BELANJA EVENT PROMOTION MESSAGES ON INSTAGRAM @TOKOPEDIA.

This research looks at how the message structure and message appeal are carried out by Tokopedia as a marketing activity on social media. This research focuses on the phenomenon of the content of promotional messages for the Tokopedia Waktu Indonesia Belanja event on social media Instagram @Tokopedia. This was appointed as a research because of the emergence of the Tokopedia phenomenon which managed to rank first in the number of monthly website visitors by overtaking Shopee as its biggest competitor. In addition, Tokopedia also announced BTS and Blackpink as Tokopedia Brand Ambassadors in January 2021 after experiencing a data leak event that occurred in 2020. Content analysis is used to describe the contents of promotional messages. The subject in this research is Instagram @Tokopedia social media. This research uses a content analysis method with a descriptive quantitative research approach. In this research, the contents of Tokopedia's promotional messages used message sidedness, message presentation, message composing techniques, message recall, and message appeal. Tokopedia uses message sidedness where the message is emphasized to the needs of the sender of the message and offers advantages and positive aspects, message presentation that places argumentation as the most important point at the beginning of the message, message composing techniques that place positive aspects at the end of the message, direct and clear message recall, and power. pull the message is presented with elements of logical-rational-facts.

Keywords: Content Analysis, Promotional Message, Tokopedia, Instagram