



**PENGGUNAAN FITUR *LIVE SHOPEE* SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA TOKO BATIK L**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Fariz Maulana

41182037200078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM "45"
BEKASI
(2024 M/1445 H)**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juni 2024
Peneliti



Fariz Maulana
41182037200078

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penggunaan Fitur *Live Shopee* Sebagai Media Promosi
Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik Pada Toko Batik
L

Diajukan oleh : Fariz Maulana

NPM : 41182037200078

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 14 Juni 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, M.Si
NRP: 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing
Skripsi



Saepudin, S.S., M.Soc.Sc
NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Penggunaan Fitur *Live* Shopee Sebagai Media Promosi Pada Toko Batik L”



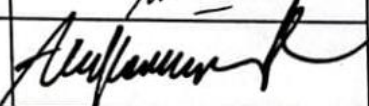
Telah dipertahankan dihadapan sidang dewan penguji Skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Juni 2024
Waktu : 13.00-14.00 WIB

Oleh

Nama : Fariz Maulana
NPM : 41182037200078
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji

Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si	
Penguji I	Kartini Rosmalah DK, M.I.Kom	
Penguji II	Saepudin, S.S., M.Soc.Sc	

Bekasi, 19 Juli 2024

Mengesahkan
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra
dan Bahasa



Dr. Nurvadi, M.Hum
NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Winda Primasari, M.Si
NRP: 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2024

Fariz Maulana/41182037200078

“Penggunaan Fitur *Live* Shopee Sebagai Media Promosi Pada Toko Batik L”.
Dibawah bimbingan Saepudin, S.S., M.Soc.Sc

(97 Halaman) , (1 Tabel) , (11 Gambar) , (9 Lampiran)

Komunikasi pemasaran telah menjadi bagian yang utama pada setiap perusahaan. Proses pemasaran yang dilakukan ketika melakukan belanja *online* tujuannya agar produk tersebut diketahui banyak orang dengan melakukan promosi melalui *live shopee* dan membentuk keputusan pembelian pada calon konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *live* Shopee sebagai media promosi pada toko Batik L. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu data yang digunakan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam, observasi secara tidak langsung dan data dokumentasi. Hasil dari penelitian ini batik L menggunakan komunikasi pemasaran berbasis AIDA (*attention, interest, desire, action*) untuk memperluas jangkauan dan membuat keputusan pembelian. Melalui *giveaway*, memberikan discount di *live shopee* dan *endorsement*, Batik L berhasil menarik perhatian calon konsumen. Sesi *live shopee* yang menyoroti kualitas, motif dan bahan produk membantu membangkitkan ketertarikan dan keyakinan konsumen. Melakukan aktivitas komentar selama *live shopee* mendorong keinginan dan tindakan dapat dilihat ketika calon konsumen memasukan produk ke daftar keranjang atau langsung melakukan pembelian.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, teori AIDA, fitur *live shopee*

ABSTRACT

*Islamic University "45" Bekasi
Communication Science Study Program
Faculty of Communication, Letters and languages
2024*

Fariz Maulana/41182037200078

*"The Use of Shopee Live Features as Promotional Media at Batik L Shop".
Under the guidance of Saepudin, S.S., M.Soc.Sc.*

(97 Pages) , (1 Table) , (11 Figures) , (9 Apendices)

Marketing communication has become a major part of every company. The marketing process carried out when doing online shopping aims to make the product known to many people by promoting through live shopee and forming purchasing decisions in potential consumers. This study aims to determine the use of Shopee live as a promotional media at the Batik L shop. This research method is descriptive qualitative, namely the data used in the form of words, images, and not numbers. Data collection techniques were carried out using in-depth interview techniques, indirect observation and documentation data. The results of this study show that Batik L uses AIDA-based marketing communication (attention, interest, desire, action) to expand its reach and make purchasing decisions. Through giveaways, providing discounts on shopee live and endorsements, Batik L succeeded in attracting the attention of potential customers. Live shopee sessions that highlight the quality, motifs and materials of the products help generate consumer interest and confidence. Commenting activities during live shopee encourage desire and action can be seen when potential customers put the product in the cart list or immediately make a purchase.

Keywords: *Marketing communications, theory AIDA, live shopee features*

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala, selaku pemilik kehidupan
2. Kedua Orang tua dan adik yang senantiasa memberikan do'a dan semangat yang tak henti memberi dukungan moril maupun materil.
3. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Ibu Winda Primasari, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi
5. Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk membimbing penulis saat penyusunan hingga skripsi selesai.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis sebagai bekal pelaksanaan skripsi
7. Terima kasih kepada pihak Batik L yang telah membantu penulis terutama *key informan* yang dipilih dari pihak Batik L dalam membantu memberikan informasi.
8. Kepada teman-teman Angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menjadi tempat cerita dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

9. Narizwari Rahmadya Putri selaku pasangan peneliti saat ini yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan memberi bantuan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal penelitian ini jauh dari kata sempurna. Akhir kata, peneliti berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi semua pembaca

Bekasi, 19 Juni 2024
Peneliti



Fariz Maulana
41182037200078

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Penelitian Ayu Puspita Sari Dan Muhammad Alhada Fuadilah Habib “Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee <i>Live</i> Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus <i>Thrift Shop</i> di Kabupaten Tulungagung)”, 2023	6
2.1.2 Penelitian Sutopo Dan Alfin Muslikhun “Strategi Peningkatan Penjualan <i>Online</i> Melalui <i>Live</i> Shopee Pada Media Sosial Online (Studi Kasus Pada Online Shop di Platform <i>TikTok</i>)”, 2022	7
2.1.3 Penelitian Kurnia Khafidhatur Rafiah “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui <i>E-commerce</i> di Indonesia”, 2019	8
2.1.4 Penelitian Van Dat TRAN “ <i>The Relationship among Product Risk, Perceived Satisfaction and Purcahse Intentions for Online Shopping</i> ”, 2020	8
2.1.5 Penelitian Abdel Fattah AL-AZZAM Dan Khaled AL-MIZEED “ <i>The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan</i> ”, 2021	9
2.2 Perbedaan dan Persamaan	10
2.3 Konsep Dan Teori	11
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	11

2.3.2	<i>E-commerce</i>	16
2.3.3	Aplikasi Shopee	18
2.3.4	<i>Fitur Live</i> Shopee.....	19
2.4	Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian	24
3.2	Unit Analisis	24
3.2.1	<i>Key Informan</i>	25
3.2.2	<i>Informan</i>	25
3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Data Primer.....	27
3.3.2	Data Sekunder.....	29
3.4	Definisi Konseptual	29
3.5	Teknik Analisis Data	30
3.6	Keabsahan Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Batik L	33
4.1.1	Profil Batik L	33
4.1.2	Visi Batik L	34
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	35
4.2.1	Komunikasi Pemasaran pada Toko Batik L	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	58

DAFTAR PUSTAKA	59
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	61
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Marketplace</i> paling banyak dikunjungi pada awal 2024	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Profil Batik L di Shopee.....	33
Gambar 4. 2 <i>Giveaway</i> yang diadakan Batik L	38
Gambar 4. 3 <i>Cover endorsement</i> pada <i>live</i> shopee.....	39
Gambar 4. 4 kupon <i>discount</i> yang diberikan saat <i>live</i>	40
Gambar 4. 5 menampilkan produk saat sesi <i>live</i>	42
Gambar 4. 6 jumlah penonton saat sesi <i>live</i>	44
Gambar 4. 7 Para <i>host live</i> shopee Batik L	44
Gambar 4. 8 <i>Backdrop</i> Batik L ketika <i>live</i> shopee	46
Gambar 4. 9 Aktivitas komentar pada <i>live</i> shopee Batik L.....	50
Gambar 4. 10 Produk yang masuk ke fitur "Favorit Saya"	51
Gambar 4. 11 Data konsumen memasukan produk di keranjang	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	10
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian.....	61
Lampiran 2 Hasil wawancara key informan	62
Lampiran 3 Hasil wawancara informan 1	67
Lampiran 4 Hasil wawancara informan 2	70
Lampiran 5 Hasil wawancara informan 3	73
Lampiran 6 Hasil wawancara informan 4	76
Lampiran 7 Hasil wawancara informan 5	79
Lampiran 8 Lembar catatan bimbingan skripsi	82
Lampiran 9 Turnitin.....	83

Lampiran Turnitin

Skripsi Fariz			
ORIGINALITY REPORT			
23%	22%	9%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source		1%
2	Lina Ayu Safitri, Chriswardana Bayu Dewa. "ANALISA PENGARUH MASA NEW NORMAL PADA PENJUALAN ONLINE MELALUI E- COMMERCE SHOPEE", Jurnal Manajemen Dayasaing, 2020 Publication		1%
3	jurnalilmiah.org Internet Source		1%
4	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source		1%
5	ejournal.staindirundeng.ac.id Internet Source		1%
6	konsultasiskripsi.com Internet Source		1%
7	e-dokumen.kemenag.go.id Internet Source		<1%
8	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper		