

RESEPSI PENGGUNA TERHADAP APLIKASI TOKOPEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI TOKO KELONTONG

Oleh:

Alvin Putra Dwi Cahyo (192022000021)

Dosen Pembimbing :

Ainur Rochmania, S.Sos., M.Si.

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2023



PENDAHULUAN

Marketplace merupakan tempat pemasaran produk secara online dimana penjual dan pembeli akan dipertemukan dalam satu jaringan dan saling berinteraksi. hal yang sama dilakukan di aplikasi tokopedia sebagai media promosi toko kelontong. Lewat fitur-fitur promosi yang berada di aplikasi tokopedia, pemilik akun dapat memasarkan barang dagangan mereka dan menarik minat belanja pengguna aplikasi tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna dan pesan aplikasi tokopedia sebagai media promosi toko kelontong.

METODE

- Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif, merupakan penelitian yang menggunakan rumusan masalah sebagai pemandu peneliti untuk memotret dan mengeksplorasi situasi sosial secara keseluruhan. Dikutip oleh Ley.J Moleong mengungkapkan tentang pendekatan kualitatif yaitu prosedur yang dipergunakan dalam penelitian dengan hasil data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari narasumber atau informan yang diteliti.
- Selanjutnya dalam mempermudah peneliti untuk mengumpulkan sumber data primer dan sekunder, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut pengamatan/observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah melakukan beberapa tahapan dalam pengumpulan data, teknik yang terakhir dilakukan oleh peneliti yaitu teknik analisis data. Analisis data merupakan proses sistematis dalam mengatur hasil wawancara, catatan lapangan saat melakukan observasi, materi-materi yang didapatkan oleh peneliti di lapangan untuk mempermudah peneliti dalam menyajikan hasil penelitian yang peneliti temukan kepada orang lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

- Bahwa aplikasi ini diterima dengan baik oleh pengguna semua akun tersebut karena fitur, kemudahan dalam mengoperasikan, serta keamanan dalam transaksi yang terjamin. Informan Pemilik akun *CreativeCorner*, *SurabayahealthCare*, *Grosir si Abah*, *Aiko Grosir Sembako* masuk kedalam posisi Hegemonic dominan (*dominant-hegemonic position*) dikarenakan akun tersebut memiliki tujuan dan pandangan yang sama dengan pembuat program.
- Pemilik akun *Grosir Sembako Ayu* terletak di posisi dinegosiasikan (*negotiated code/position*) karena akun tersebut memiliki pandangan yang berbeda di dalam promo-promo yang telah diberikan oleh aplikasi tokopedia. Pemilik akun menyebutkan tidak adanya promo yang sesuai dengan apa yang diberikan oleh tokopedia, setelah itu ada beberapa fitur yang belum dipahami sehingga ada beberapa fitur yang tidak digunakan dengan baik.

KESIMPULAN

Dari uraian tersebut hanya menemukan 2 posisi, yaitu posisi hegemonic dominan (dominant-hegemonic position) dan dinegosiasikan (negotiated code/position), posisi yang tidak ada dalam penelitian ini yaitu pembacaan oposisi (oppositional code/position). Posisi tersebut tidak ditemukan oleh peneliti dari kelima informan tersebut dikarenakan tidak ada informan yang tidak setuju dengan adanya aplikasi tokopedia. Sehingga hanya ada 2 posisi yang sesuai dengan data yang ditemukan oleh peneliti saat melakukan wawancara.

Terima Kasih 😊

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya beserta kesulitan
itu ada kemudahan”.
(QS. Al-Insyirah: 6)

