

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang ada di Indonesia. Perusahaan yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison ini telah berdiri sejak tahun 2009, lebih tepatnya pada 17 Agustus 2009. Tokopedia didirikan dengan misi pemerataan ekonomi secara digital. Misi ini didasari karena permasalahan yang dialami oleh pendiri Tokopedia yang pada saat itu merasa bahwa Negara Indonesia yang terdiri dari banyaknya pulau-pulau. Hal ini mengakibatkan sulitnya untuk dilakukannya pengembangan infrastruktur secara merata dan banyak membuat para pedagang atau penjual banyak yang lebih memilih berpindah ke kota-kota besar saja demi pasar yang lebih baik. Sementara konsumen dari daerah yang tertinggal sulit untuk memenuhi kebutuhan mereka. Permasalahan inilah yang akhirnya menciptakan Tokopedia sebagai cara untuk mengatasi masalah antara kota besar dan kota kecil (Tokopedia, Kisah Kami, 2009).

Selama berdiri, Tokopedia telah berhasil membantu para penjual dan juga masyarakat dalam bertransaksi. Dapat dilihat dari Tokopedia yang telah menjangkau 99% kota dan juga sebanyak 86,5% penjual di Tokopedia merupakan para pebisnis baru dari total kurang lebih 12 juta penjual yang telah terdaftar. Tokopedia juga memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia, dimana Tokopedia telah memberdayakan 90% para pelaku usaha UMKM untuk

dapat bertahan pada saat pandemi dan meningkatkan volume penjualan para mitra mereka (Tokopedia, 2009). Tokopedia juga telah melakukan beberapa kampanye dari tahun 2015 yang kemudian berkembang hingga tahun 2020 sampai sekarang, Kampanye dari Tokopedia dilakukan untuk memudahkan masyarakat Indonesia untuk memenuhi segala kebutuhan mereka terlebih pada situasi pandemi (Tokopedia, 2009). Terdapat pula kampanye bulanan yang masih dilakukan oleh Tokopedia, kampanye tersebut ada kampanye Tokopedia WIB.

#### **B. Tokopedia WIB (Waktu Indonesia Belanja)**

Tokopedia Waktu Indonesia Belanja atau Tokopedia WIB merupakan salah satu *campaign* bulanan yang selalu dilakukan oleh Tokopedia setiap tanggal 25 sampai dengan akhir bulan. Tokopedia WIB dilakukan untuk membantu memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka dan membantu aktivitas transaksi selama masa pandemi. Selain itu, *campaign* ini juga dihadirkan untuk menekan minat belanja masyarakat dengan menggunakan jasa dari Tokopedia (RajaBeli, 2020).

Iklan yang peneliti teliti adalah iklan WIB Tokopedia bulan Januari 2022. Iklan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai promo-promo yang ditawarkan oleh Tokopedia kepada khalayak.

GAMBAR 4  
*Screenshot Scene* Pembuka Iklan  
 WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022



Sumber: Youtube

*Scene* pembuka dari iklan ini berisi aktor yang mengenakan pakaian adat khas Betawi yang sedang mengedipkan mata yang ingin memberitahukan informasi kepada orang lain.

GAMBAR 5  
*Screenshot* Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022



Sumber: Youtube

Kemudian *scene* dilanjutkan dengan para masyarakat yang sedang melakukan kegiatan sehari-hari yang terkejut dengan adanya informasi yang diberikan oleh aktor sebelumnya yang akhirnya menerima informasi tersebut.

GAMBAR 6  
Screenshot Proses Pembelian Melalui Tokopedia



Sumber: Youtube

Kemudian *scene* dilanjutkan dengan adegan dari salah satu aktor yang sedang melakukan proses pembelian melalui aplikasi Tokopedia.

GAMBAR 7  
Screenshot Promo Cashback 100% Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022



Sumber: Youtube

*Scene* dilanjutkan dengan menampilkan masyarakat pedesaan yang terlihat senang karena adanya promo *cashback* spesial 100% dalam *campaign* WIB Tokopedia.

GAMBAR 8  
Screenshot Promo “BELANJA Rp. 10rb BEBAS ONGKIR” Iklan  
WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022



Sumber: Youtube

Kemudian *scene* dilanjutkan dengan memperlihatkan dua aktor yaitu kurir yang sedang menyerahkan paket kepada konsumen beserta pesan promo “BELANJA Rp. 10rb BEBAS ONGKIR”.

GAMBAR 9  
Screenshot Penutup Iklan WIB  
Tokopedia Bulan Januari 2022



Sumber: Youtube

Selanjutnya iklan ditutup dengan *scene* yang menunjukkan beberapa aktor yang terdiri dari kurir dan masyarakat yang merasa senang dengan adanya promo WIB (Waktu Indonesia Belanja) lengkap dengan slogan dari Tokopedia yaitu “Selalu ada slalu bisa di Tokopedia”.

*Campaign* Tokopedia WIB juga biasa dikenal sebagai *event* promo dari Tokopedia karena banyaknya promo-promo menarik yang ditawarkan. Beberapa promo yang ditawarkan dalam *event* ini diantaranya:

1. Promo Kejar Diskon semua di bawah Rp. 99.000

Promo ini adalah promo dimana Tokopedia akan menawarkan berbagai jenis produk, seperti produk pakaian, olahraga, keperluan rumah tangga, keperluan anak, dan masih banyak lagi hanya dengan harga kurang dari Rp. 99.000. Promo ini akan dilakukan setiap hari dan di jam-jam tertentu selama periode *event* Tokopedia WIB dilakukan.

2. Promo Kejar Diskon Spesial

Promo ini dikhususkan pada produk-produk di Tokopedia, terutama pada produk-produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dari masyarakat seperti pakaian, alat-alat rumah tangga, masker, dan masih banyak lagi. Pada promo ini ribuan produk dengan kualitas terbaik akan diberikan harga spesial. Promo ini hanya berlangsung pada jam-jam tertentu saja, seperti jam 8 pagi, 12 siang, 8 malam, dan 10 malam.

3. *Cashback* Spesial

Tidak hanya promo kejar diskon, Tokopedia juga memberikan promo *cashback* spesial yang dapat diperoleh hanya dengan berbelanja aneka produk di Tokopedia. Promo ini juga berlaku pada beberapa *brand* ternama yang ada di Tokopedia. Promo ini juga terbagi kedalam beberapa program,

seperti jika membeli di *official store* maka akan mendapatkan *cashback* 30%.

#### 4. Bebas Ongkir Sepuasnya

Promo ini adalah promo bebas ongkir yang diberikan pada saat periode *event* WIB Tokopedia. Tokopedia memberikan promo bebas ongkir sebesar Rp. 40.000 yang akan didapatkan untuk produk yang memiliki logo Bebas Ongkir dengan tujuan pengiriman ke daerah di Indonesia. Jika ongkos kirim yang pembeli dapatkan melebihi Rp. 40.000 maka kelebihanannya akan ditanggung oleh pembeli. Promo ini hanya tersedia bagi para pengguna atau pembeli yang menggunakan atau bertransaksi dengan aplikasi Tokopedia saja.

### C. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UAJY

Universitas Atma Jaya Yogyakarta memiliki beberapa program studi, salah satunya adalah program studi ilmu komunikasi. Program ini merupakan program studi yang berupaya untuk menghasilkan para lulusan terbaik sebagai pelaku profesional dalam bidang komunikasi dengan spesialisasi dalam bidang komunikasi strategis dan komunikasi massa dan digital. Adapun peminatan studi yang dihadirkan dalam program studi ini adalah peminatan komunikasi strategis dan juga komunikasi massa dan digital (FISIP, 2022). Mahasiswa dalam program studi ilmu komunikasi dapat memilih salah satu dari kedua peminatan tersebut sebagai fokus atau konsentrasi mereka.

Seperti yang telah peneliti paparkan sebelumnya, subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif program studi ilmu komunikasi UAJY. Adapun data jumlah total dari mahasiswa dan mahasiswi aktif yang telah peneliti dapatkan sebelumnya sebanyak 1.150 mahasiswa yang terbagi kedalam beberapa angkatan yaitu angkatan 2016 sampai 2021.

**TABEL 6**  
Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY

No	Angkatan	Jumlah
1.	2016	78
2.	2017	122
3.	2018	204
4.	2019	230
5.	2020	281
6.	2021	235
	<b>Total</b>	<b>1.150</b>

*Sumber: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma  
Jaya Yogyakarta*

Selain merupakan mahasiswa aktif program studi ilmu komunikasi UAJY, subjek dari penelitian ini juga merupakan mahasiswa yang pernah menonton atau melihat tayangan iklan Tokopedia WIB pada bulan Januari 2022 di youtube. Tidak hanya itu, syarat berikutnya untuk menjadi subjek serta responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa atau mahasiswi yang memang benar-benar menggunakan website atau aplikasi Tokopedia untuk melakukan transaksi secara



*online*. Untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan responden, ketiga syarat atau ketentuan ini akan disertakan pada kuesioner penelitian yang wajib diisi oleh para responden terlebih dahulu sebelum memulai menjawab kuesioner untuk variabel yang diteliti.

