

**ANALISIS STRUKTUR PESAN PERSUASIF KONSUMEN KOPI
LITERAN “TUKUCUR” PADA KOLOM ULASAN
E-COMMERCE TOKOPEDIA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

Mikhael Ricky Pratama

160905998

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYAYOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS STRUKTUR PESAN PERSUASIF KONSUMEN KOPI
LITERAN “TUKUCUR” PADA KOLOM ULASAN
E-COMMERCE TOKOPEDIA**

SKRIPSI

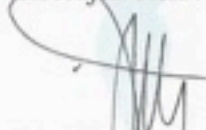
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MIKHAEL RICKY PRATAMA

160905998

disetujui oleh :



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Struktur Pesan Persuasif Konsumen Kopi Literan
"TUKUCUR" pada Kolom Ulasan *E-commerce* Tokopedia
Penyusun : Mikhael Ricky Pratama
NPM : 160905998

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Rabu, 1 Maret 2023

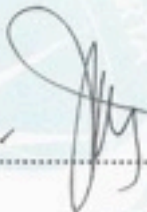
Pukul : 12.00 - 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Kampus FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih

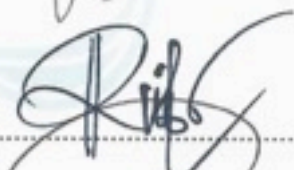
Penguji Utama



.....

Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.

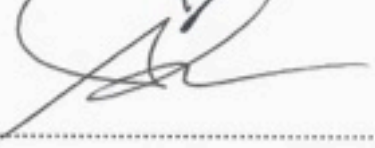
Penguji I



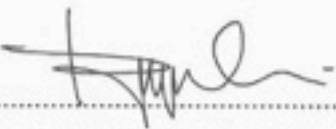
.....

Dr.Phil. Y. Bambang Wiratmojo

Penguji II



.....



.....

Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Mikhael Ricky Pratama Laumus Tarigan
NPM : 160905998
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Analisis Struktur Pesan Persuasif Konsumen Kopi Literan
"TUKUCUR" pada Kolom Ulasan *E-Commerce* Tokopedia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 Januari 2023

Saya yang menyatakan



Mikhael Ricky Pratama Laumus Tarigan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada pembimbing kehidupan saya Tuhan Yesus.

*Skripsi ini juga saya persembahkan kepada penyemangat setiap langkah saya
Mama, Papa, dan Riska. Tuhan iringi langkah kita selalu.*

*Juga kepada seluruh rekan-rekanku, sebagai pengingat dan penolong dalam
proses penyelesaian skripsi ini.*

KATA PENGANTAR

Puja-puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus yang menyertai setiap langkah peneliti dari awal hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Struktur Pesan Persuasif Konsumen Kopi Literan “TUKUCUR” pada Kolom Ulasan *E-Commerce* Tokopedia sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi ini dapat tercipta juga berkat peran dari banyak pihak. Peneliti hendak mengucapkan rasa terima kasihnya kepada:

1. Tuhan Yesus, penuntut dan pembimbing setiap langkah kehidupanku.
2. Mama dan Papa terkasih, yang tidak pernah lelah memberi dukungan dan semangat. Kutunaikan masa belajarku dengan skripsi ini.
3. Riska adikku tersayang, sebagai contoh yang baik dalam semangat menyelesaikan perkuliahan.
4. Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si., dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberi arahan dan ilmu-ilmu guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen-dosen FISIP UAJY yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, atas semua pengetahuan yang telah diberikan dan dapat peneliti serap menjadi berbagai ilmu yang berguna, dan tertunaikan dalam skripsi ini.
6. Studio KALA, wadah mengejar cita-cita yang juga menjadi keluarga terdekat saya. Alex, Adit, Beel, Mas Angga. Serta seluruh rekan-rekan desainer saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. Salsa, kekasih dan rekan hidup saya yang selalu menjadi teman bercerita dan berkeluh kesah serta menjadi pendorong dan pemberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini hingga selesai.
8. Jo dan Tate, rekan bermusik saya sebagai penyeimbang mental dan semangat saya.

9. Seluruh teman-teman angkatan 2016 yang pernah berjuang bersama dalam menjalani perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat tersebut karena keterbatasan peneliti. Terima kasih atas segalanya.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf dan membuka diri untuk kritik dan saran yang membangun kualitas skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya, dan untuk kepentingan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 1 Februari 2023



Penulis

MIKHAEL RICKY PRATAMA

No.Mhs : 160905998

**ANALISIS STRUKTUR PESAN PERSUASIF KONSUMEN KOPI LITERAN
“TUKUCUR” PADA KOLOM ULASAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pesan persuasif yang berbentuk digital pada *review* produk “TUKUCUR” di *e-commerce* Tokopedia, dan juga bertujuan untuk mengetahui serta mengidentifikasi pesan yang terdapat dalam ulasan yang dilakukan oleh *reviewer*. Pandemi Covid-19 membuat beberapa sektor kegiatan menjadi *online*, salah satunya kegiatan jual beli. Pada masa pandemi Covid-19 ini terdapat penurunan penjualan *offline* kedai kopi hingga 30% (Hamdani, 2020). Salah satu *coffeeshop* yang memanfaatkan kesempatan penjualan secara *online* ini adalah Kopi Tuku, dengan produk kopi literan yang bernama TUKUCUR dan dipasarkan melalui Tokopedia. Tokopedia membuat calon pembeli dapat melihat hal lain selain gambar dan deskripsi yang diberikan penjual, sehingga dapat melakukan keputusan pembelian, yaitu *review* atau tinjauan yang diberikan oleh pembeli atau konsumen lain yang dapat berupa bintang/*rating*, dan juga *online customer review* yang berupa tulisan, foto, maupun video.

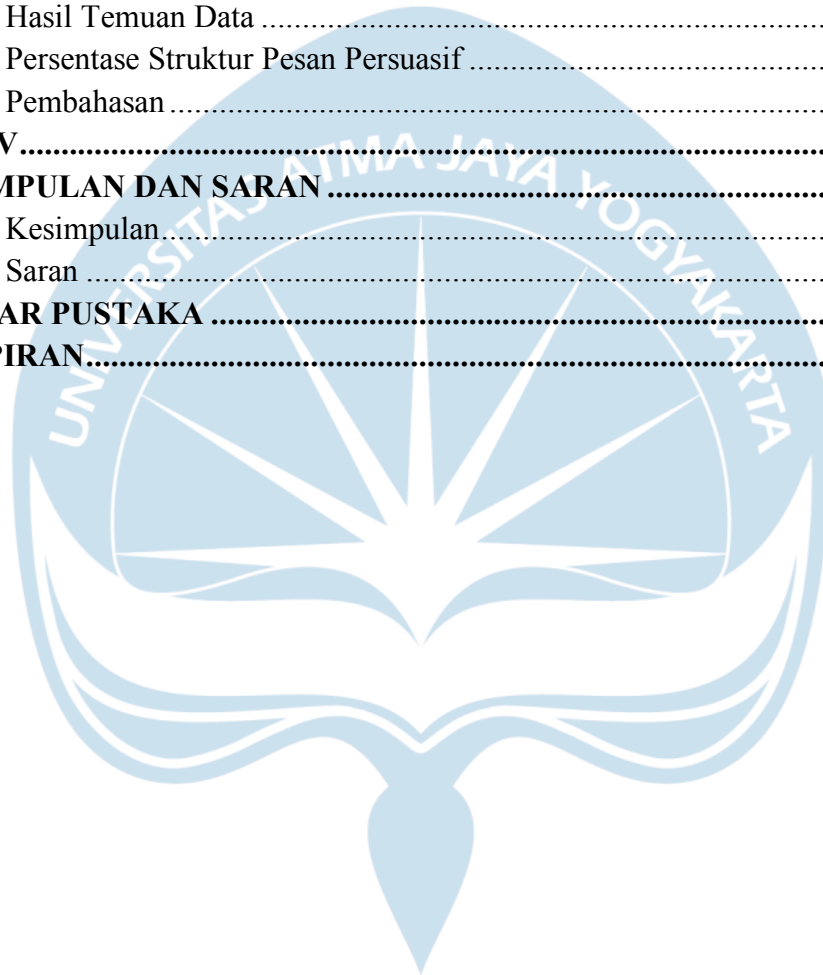
Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi dengan melakukan pengamatan *review* produk TUKUCUR selama bulan Desember 2021 dan Februari 2022. Penelitian ini menemukan bahwa hasil paling tinggi terdapat pada struktur pesan *messages sideness* pada *one side* dengan persentase sebesar 22,8% dan *conclusion drawing* yaitu *explicit* dengan persentase sebesar 22,8%.

Kata Kunci: Pesan Persuasif, *Electronic Word of Mouth*, *E-commerce*

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Persuasif.....	10
2. <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
3. Online Customer Review.....	21
F. Kerangka Konsep.....	22
G. Metodologi Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Metode Penelitian.....	25
3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
4. Unit Analisis dan Kategorisasi.....	27
5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
6. Fokus Penelitian.....	32
7. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
8. Teknik Pengumpulan Data.....	33
9. Teknik Pengolahan Data.....	34
10. Kategorial Data.....	35
11. Analisis Data.....	35
12. Uji Instrumen.....	36
BAB II	38
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	38

A. Sejarah dan Profil Tokopedia	38
B. Jenis Produk dan Layanan.....	39
C. Toko Kopi Tuku	39
BAB III	42
TEMUAN DAN ANALISIS DATA	42
A. Hasil Temuan Data	42
B. Persentase Struktur Pesan Persuasif	43
C. Pembahasan.....	60
BAB IV.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

TABEL 1 Pemetaan Struktur Pesan yang ditulis <i>Reviewer</i>	23
TABEL 2 Unit Analisis	28
TABEL 3 Total Skor Coding Sheet Pesan Persuasif	43
TABEL 4 Hasil <i>Coding Sheet</i> Pesan Persuasif	45
TABEL 5 Perbandingan Skor <i>Message Sideness</i>	47
TABEL 6 Perbandingan Skor <i>Order of Presentation Climax</i> dan <i>Anticlimax</i>	49
TABEL 7 Perbandingan Skor <i>Order of Presentation Recency</i> dan <i>Primary</i>	53
TABEL 8 Perbandingan Skor <i>Conclusion Drawing</i>	56



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Toko Kopi Tuku TUKUCUR Tokopedia	1
GAMBAR 2 Rating TUKUCUR di Tokopedia.....	1
GAMBAR 3 Es Kopi TUKUCUR.....	40
GAMBAR 4 <i>Reviewer</i> pada Bulan Desember.....	47
GAMBAR 5 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Two Sided</i> Bulan Desember	48
GAMBAR 6 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Anticlimax</i> Bulan Januari	51
GAMBAR 7 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Climax</i> Bulan Februari.....	52
GAMBAR 8 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Recency</i> Bulan Desember	54
GAMBAR 9 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Primary</i> Bulan Desember	55
GAMBAR 10 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Explicit</i> Bulan Desember	58
GAMBAR 11 <i>Reviewer</i> dengan Isi Pesan <i>Implisit</i> Bulan Februari.....	59

