

ABSTRAK

Desista Wanda Juniarti, 2024. Analisis shopee live sebagai media komunikasi mahasiswa pada pembelian produk. Studi kasus perguruan tinggi di universitas muhammadiyah jember dan universitas jember. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Aditya Dimas Pratama S.I.Kom.,M.I.Kom.

Kata Kunci : shopee live, media komunikasi, pembelian produk.

Shopee live sebagai media sosial yang telah digunakan pada saat ini dan banyak manfaat dalam kesehariannya, agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi oleh pelanggan saat melakukan transaksi shopee live melalui satu orang dan orang lain. Media shopee live menjadikan alat yang mudah untuk membeli barang melalui online dari pada sebelumnya, dari media komunikasi yang melalui shopee live juga dapat memanfaatkan media tersebut karena adanya tujuan belanja online melalui teknologi dan juga mengembangkan media berkomunikasi antara mahasiswa pada saat pembelian produk online saat ini. Dari adanya aplikasi shopee untuk dapat memudahkan mahasiswa agar membeli secara online dengan lebih mudah dan harga yang murah tanpa menggunakan komputer ataupun lainnya. Adanya shopee live saat melakukan penjualan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian, karena promosi penjualan, yang mulai dari media promosi agar dapat menarik perhatian konsumen. Dari adanya penawaran khusus dan diskon tambahan itu yang telah membuat tertarik pada mahasiswa karena lebih cenderung mencari produk dengan harga relatif murah dan diskon yang membuat mereka tertarik. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dan Universitas Jember mereka pasti mempunyai perbedaan saat pembelian produk pada belanja online di aplikasi shopee sama-sama lebih memfasilitasi dengan adanya saat pembelian lebih menghemat adanya diskon, gratis ongkir, dan keuntungan lainnya. Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara secara langsung. Dan menggunakan teori SMCR yang ditemukan oleh David Kenneth Berlo 1960. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dan Mahasiswa Universitas Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar analisis shopee live sebagai media komunikasi mahasiswa.

ABSTRACT

Desista Wanda Juniarti, 2024. Live shopee analysis as a student communication medium on product purchases. College case studies at Muhammadiyah Jember and Jember universities. Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Political Sciences. Muhammadiyah Jember University. Guides: Aditya Dimas Pratama S.I.Kom.,M.I.Kom.

Keywords: shopee live, media communications, product purchases.

Shopee live as a social media that has been used at the moment and many benefits in its day-to-day, in order to get ease in communicating by customers when making shopee live transactions through one person and other people. Live media Shopee makes it an easier tool to buy goods through online than before, from communication media that through Shopee Live can also take advantage of such media because of the presence of the purpose of online shopping through technology and also develop communication media between students at the time of purchase of online products today. From the presence of shopee applications to be able to make it easier for students to buy online more easily and at a cheap price without using a computer or other. The presence of a live shopee when making a sale is one of the factors that can influence the purchase, because the promotion of sales, which starts from the promotion media to attract the attention of the consumer. The presence of special offers and extra discounts has attracted students because they are more likely to find products at relatively cheap prices and discounts that make them teratric. Students of Muhammadiyah University Jember and their Jember University must have a difference when buying products on online shopping in the shopee app is equally more facilitating with the presence when buying more saves discount, free ongkir, and other benefits. This research uses a kind of descriptive qualitative method using a live interview, and uses the SMCR theory discovered by David Kenneth Berlo in 1960. The informants in this study are students of Muhammadiyah University Jember and students of Jember University. The aim of this research is to find out how big the live shopee analysis is as a student communicationmedium.