

**ANALISIS SHOPEE LIVE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
MAHASISWA PADA PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kasus Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Jember dan
Universitas Jember)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Desista Wanda Juniarti

2010521050

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

APRIL 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Desista Wanda Juniarti, NIM: 2010521050 ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 18 April 2024

Tempat : Lantai 3 Gedung B Ruang 3.3 UM Jember

Tim Penguji

Ketua,



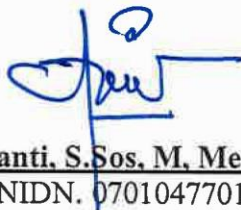
Dr. Juarivah, M.Si
NIP. 19670806.1.993032002

Sekretaris,



Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN.0709028806

Anggota,



Ari Susanti, S.Sos, M. Med. Kom.
NIDN. 0701047701

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jember,

Dekan,



Dr. Juarivah, M.Si
NIP. 19670806.1.993032002

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desista Wanda Juniarti
NIM : 2010521050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“ANALISIS SHOPEE LIVE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MAHASISWA PADA PEMBELIAN PRODUK ” (Studi Kasus Perguruan Tinggi Di Universitas Muhammadiyah Jember Dan Universitas Jember)**. Dengan Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, dan mengalih media kan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember
Pada tanggal : 18 April 2024

Yang menyatakan,



Desista Wanda Juniarti
NIM. 2010521050

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS SHOPEE LIVE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PADA MAHASISWA PEMBELIAN PRODUK ” yang menjadi salah satu syarat perkuliahan program sarjana Ilmu Komunikasi dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis tidak jauh dari kesalahan dan kekurangan, sehingga dalam hal ini penulis membuka penuh kritik dan saran. Dengan kritik dan sarannya dapat memberikan perubahan agar semuanya tercapai dengan lebih baik. Dan pada kesempatan kali ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Juariyah M.Si, selaku dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Ari Susanti, S,Sos, M, Med.Kom, selaku wakil dekan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Aditya Dimas Pratama S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak/Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Semoga Allah SWT memberikan balasan sebaik-baiknya atas semua jasa-jasa dan kebaikannya, serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Akhir kata penulis semoga penelitian ini bisa membawa hal yang baik dan bermanfaat bagi pembaca skripsi ini.

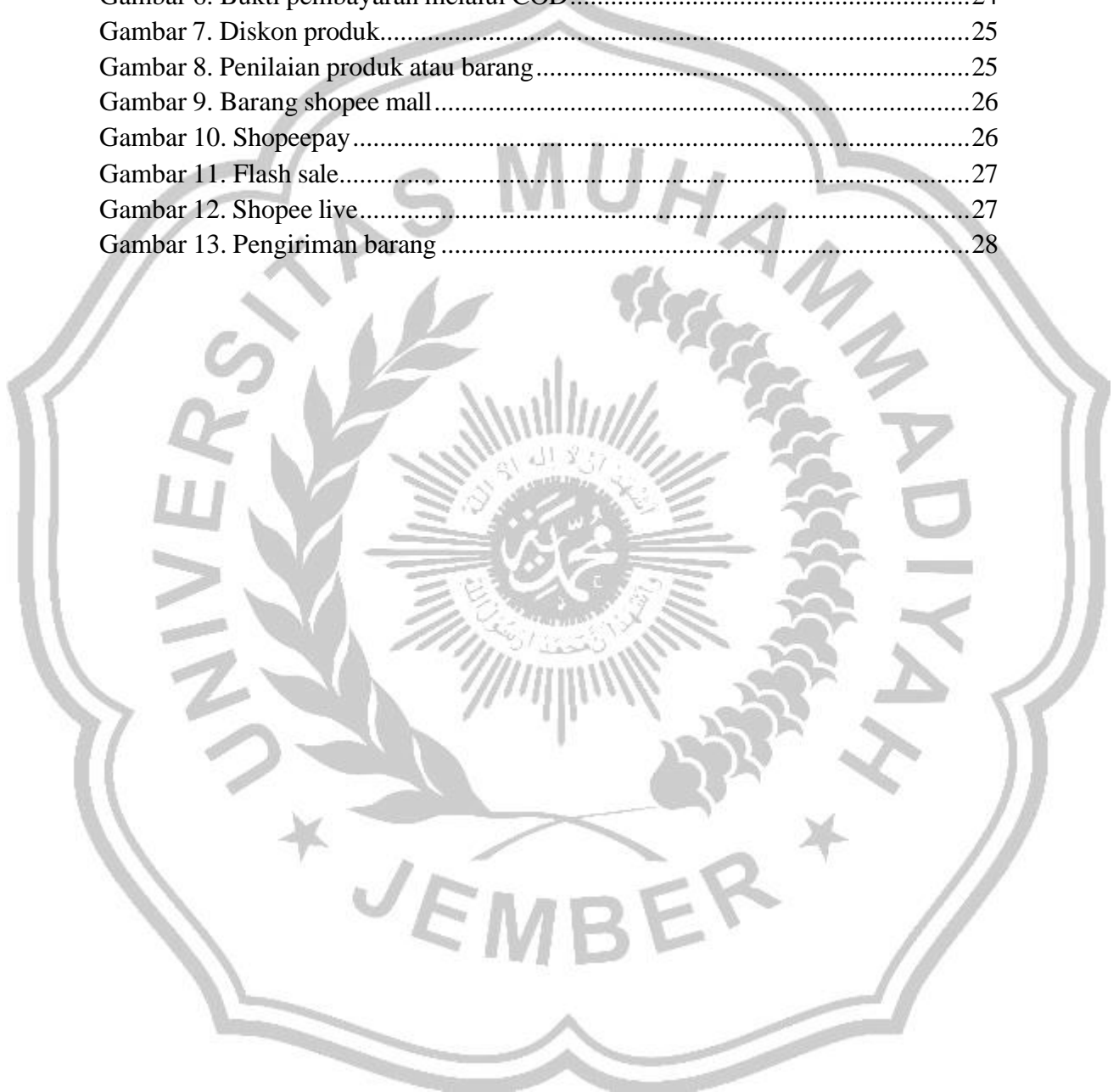
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LOGO	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS	vi
HALAMAN PERSETUJUAN	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat praktis.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3 Teori SMCR.....	10
2.4 Shopee.....	11
2.5 Produk.....	13
2.6 Promosi.....	13

BAB III	17
METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Lokasi Penelitian.....	17
3.3 Fokus Penelitian.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Teknik Penarikan Sumber Data	20
3.6 Jenis Sumber Data.....	21
3.7 Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV	23
HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	23
4.2 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Peran Media komunikasi Platfrom Shopee Live Dalam Memberikan Pengalaman berbelanja Mahasiswa	28
1. Dampak Positif Saat Belanja Di Platfrom Shopee Live.....	35
2. Dampak Negatif Saat Belanja Di Platfrom Shopee Live.....	39
3. Fitur-Fitur Khusus Di Platfrom Shopee Live Dalam Membantu Pembelian Produk.....	42
4.2.2. Faktor Kesulitan Mahasiswa Saat Berbelanja Di Platfrom Shopee Live	46
1. Peran Mahasiswa Dalam Memberikan Ulasan Pembelian Produk	52
2. Harga Terjangkau Bagi Mahasiswa Dalam pembelian Produk	59
3. Adanya Program Diskon Penawaran Khusus Dalam Keputusan Mahasiswa Saat Pembelian	62
4. Risiko Pembayaran Secara Langsung (COD).....	70
5. Adanya Program Flash Sale Pembelian Di Shopee live	80
BAB V	85
PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Shopee	12
Gambar 2. Gratis ongkir shopee 12.12	13
Gambar 3. Profil dan Lokasi Universitas Muhammadiyah Jember	23
Gambar 4. Profil Dan Lokasi Universitas Jember	23
Gambar 5. Produk shopee	24
Gambar 6. Bukti pembayaran melalui COD	24
Gambar 7. Diskon produk	25
Gambar 8. Penilaian produk atau barang	25
Gambar 9. Barang shopee mall	26
Gambar 10. Shopeepay	26
Gambar 11. Flash sale	27
Gambar 12. Shopee live	27
Gambar 13. Pengiriman barang	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	90
Lampiran 2. Bimbingan Skripsi	91
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember	92

