

ABSTRACT

This research entitled "Shopee Marketplace Utilization As A Media Promotion For Small Medium Enterprises: A Virtual Ethnographic Study About The Utilization Of Shopee Marketplace As A Media Promotion For Small Medium Enterprises in Shopee". The focus of this research is on the analysis of cyber media used by the owners of Small and Medium Enterprises in the selection and utilization of Shopee marketplace as a promotional media. The purpose of this research is to know the media room, media document, media object, and experience of the owners of Small and Medium Enterprises in conducting promotional activities in Shopee marketplace.

The purpose of this study is to find out how the activity of small and medium business owners in promoting the modern media communication technology and to know the media space, media documents, media objects, and experience of the owners of Small and Medium Enterprises in doing promotion in Shopee marketplace.

The method which is used in this research is an online qualitative research method that is virtual ethnography through cyber media analysis where there are four levels in the analysis that is the level of media space, media documents, media objects, and experience.

Based on the results of research Shopee marketplace is a place which is used by the owners of Small and Medium Enterprises as a media campaign through the free features available at Shopee. In a media document, the meaning of the promotional content of the owners of Small and Medium Enterprises in the Shopee marketplace is written, photographs, and videos that have meaning for the seller and buyer respectively. In a media object, users and consumers can interact directly through the interactive features available by establishing good and effective communication. Furthermore, the owners of Small and Medium Enterprises use Shopee marketplace as a promotional media in order to expand their promotion through modern media technology.

The researcher's suggestion is that the owners of Small and Medium Enterprises should be more active use the Shopee media for establishing good communication with Shopee's users. Communication can be a "gate" or entrance in promotional activities to create effective persuasive goals for Small and Medium Enterprises in the Shopee marketplace.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Sebagai Media Promosi Bagi Usaha Kecil Menengah: Studi Etnografi Virtual Tentang Pemanfaatan *Marketplace* Shopee Sebagai Media Promosi Bagi Usaha Kecil Menengah di Shopee**”. Fokus penelitian ini adalah pada analisis media siber yang digunakan para pemilik Usaha Kecil Menengah dalam pemilihan dan pemanfaatan *marketplace* Shopee sebagai media promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman para pemilik Usaha Kecil Menengah dalam melakukan kegiatan promosinya di *marketplace* Shopee.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas para pemilik Usaha Kecil Menengah dalam melakukan kegiatan promosi di dunia teknologi komunikasi *modern* dan untuk mengetahui ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman para pemilik Usaha Kecil Menengah dalam melakukan promosi di *marketplace* Shopee.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif *online* yaitu etnografi virtual melalui analisis media siber dimana terdapat empat level dalam analisisnya yaitu level ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam ruang media, *marketplace* Shopee merupakan tempat yang digunakan para pemilik Usaha Kecil Menengah sebagai media promosi adalah melalui fitur – fitur gratis yang tersedia di Shopee. Dalam dokumen media, makna dari konten promosi para pemilik Usaha Kecil Menengah di *marketplace* Shopee berupa tulisan, foto, hingga video yang mempunyai makna masing – masing bagi penjual maupun pembeli. Dalam objek media, pengguna maupun konsumen bisa berinteraksi langsung melalui fitur interaktif yang tersedia dengan menjalin komunikasi yang baik dan efektif. Selanjutnya para pemilik Usaha Kecil Menengah menggunakan *marketplace* Shopee sebagai media promosi guna memperluas jangkauan promosinya melalui media teknologi *modern*.

Saran dari peneliti adalah agar para pemilik Usaha Kecil Menengah bisa lebih aktif menggunakan media Shopee melalui penggunaan fitur – fitur tersedia dan menjalin komunikasi yang baik dengan para pengguna. Komunikasi bisa menjadi suatu “gerbang” atau pintu masuk dalam melakukan kegiatan promosi agar tercapainya tujuan persuasif yang efektif bagi Usaha Kecil Menengah di *marketplace* Shopee.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “Pemanfaatan Marketplace Shopee Minangka Media Promosi Kanggo Usaha Alit Menengah: Studi Etnografi Virtual Ngeunaan Pemanfaatan Marketplace Shopee Minangka Media Promosi Kanggo Usaha Alit Tengahan di Shopee”. Fokus panalungtikan ieu teh dina analisis media siber anu dipake para nu boga Usaha Alit Tengahan dina pemilihan sarta pemanfaatan marketplace Shopee minangka media promosi. Tujuan ti panalungtikan ieu teh kanggo terang rohangan media, dokumen media, objek media, sarta pangalaman para nu boga Usaha Alit Tengahan dina ngalakukeun kagiatan promosi na di marketplace Shopee.

Tujuan panalungtikan ieu teh kanggo terang kumaha aktivitas para nu boga Usaha Alit Tengahan dina ngalakukeun kagiatan promosi di dunya teknologi komunikasi modern sarta kanggo terang rohangan media, dokumen media, objek media, sarta pangalaman para nu boga Usaha Alit Tengahan dina ngalakukeun promosi di marketplace Shopee.

Padika anu diangge dina panalungtikan ieu yaktos padika panalungtikan kualitatif online yaktos etnografi virtual ngaliwatan analisis media siber di mana aya opat level dina analisis na yaktos level rohangan media, dokumen media, objek media, sarta pangalaman.

Dumasar kenging panalungtikan yen dina rohangan media, marketplace Shopee mangrupa tempat anu dipake para nu boga Usaha Alit Tengahan minangka media promosi nyaeta ngaliwatan fitur - fitur haratis anu sadia di Shopee. Dina dokumen media, hartos ti konten promosi para nu boga Usaha Alit Tengahan di marketplace Shopee mangrupi seratan, poto, dugi video anu ngagaduhan hartos sewang - sewang kanggo padagang atawa pembeli. Dina objek media, pamake atawa konsumen tiasa berinteraksi langsung ngaliwatan fitur interaktif anu sadia kalawan ngajalin komunikasi anu sae sarta efektif. Seterasna para nu boga Usaha Alit Tengahan ngagunakeun marketplace Shopee minangka media promosi guna ngaluaskeun hontalan promosi na ngaliwatan media teknologi modern.

Bongbolongan ti peneliti nyaeta supados para nu boga Usaha Alit Tengahan tiasa langkung aktip ngagunakeun media Shopee ngaliwatan pamakean fitur - fitur sadia sarta ngajalin komunikasi anu sae kalawan para pamake. Komunikasi tiasa barobah kaayaan hiji “gerbang” atawa panto lebet dina ngalakukeun kagiatan promosi supados ngaciptakeun tujuan persuasif anu efektif kanggo Usaha Alit Tengahan di marketplace Shopee.