

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, teknologi informasi berkembang pesat. Internet menjadi sarana untuk memenuhi kegiatan pembelian atau berbelanja barang dan jasa secara *online*. Internet merupakan mesin pencari sebagai bentuk media baru. Lingkupnya luas dan dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan promosi suatu produk dan jasa (McQuail, 2011: 117). Fungsi internet menyimpan berbagai jenis informasi dengan jumlah besar, sebagai media komunikasi dan transaksi bermanfaat untuk melakukan transaksi pembelian (Meidita, 2018: 5683).

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang sedang berkembang pesat di Indonesia. *E-commerce* adalah pemasaran berbagai produk dan jasa melalui internet (Hermawan, 2012: 206). Shopee ialah *platform* belanja berbasis *online* yang menyediakan beragam macam produk penjualan mulai dari elektronik, perlengkapan rumah tangga, pakaian, aksesoris, hingga *fashion*. Selain menyediakan berbagai macam produk, keunggulan lain dari Shopee yakni pembeli dapat mengembalikan barang atau dana apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan. Promosi Shopee yang diadakan setiap bulannya meningkatkan penjualan, seperti gratis ongkos kirim, *flash sale*, *cashback*, diskon, dan lain-lain (Meidita, 2018: 5683).

Zaman yang semakin maju, wujud iklan juga bervariasi bentuknya. Iklan dapat disampaikan melalui berbagai macam bentuk media massa seperti koran, majalah, televisi, radio, dan salah satunya termasuk iklan *online* di media sosial. Iklan muncul di media sosial internet atau *online*. Begitu pula dengan masyarakat, ketika melihat iklan *Shopee* tertarik dan melakukan transaksi jual beli. Iklan ialah salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini dikarenakan daya jangkauannya luas (Lee, 2011: 3).

Iklan merupakan kegiatan memberitahukan suatu hal, barang, atau jasa melalui media massa. Media massa yang digunakan antara lain televisi, radio, koran, majalah, internet, poster, brosur, dan spanduk. (Sintia, 2017: 2). Iklan yang ditampilkan di media sosial bersifat persuasif. Iklan diperkuat dengan teks menggunakan variasi gambar dengan pewarnaan yang menarik, untuk menarik perhatian masyarakat. Tujuan sebuah iklan untuk menawarkan sebuah produk yang sudah dirancang agar masyarakat tertarik.

Pemanfaatan internet sebagai media pembelajaran mengkondisikan siswa untuk belajar secara mandiri, Internet sebagai sumber belajar siswa sehingga siswa dapat memperoleh ilmu atau informasi yang dibutuhkan dalam pembelajarannya. Internet difungsikan sebagai sumber belajar yang memuat

data untuk referensi belajar. Internet mempunyai dua peranan penting yaitu sebagai sumber data dan sumber informasi.

Pemilihan aplikasi *Shopee* sebagai penelitian karena aplikasi *Shopee* termasuk *e-commerce*, salah satu produsen penyedia jasa jual beli *online*. Aplikasi *Shopee* menampilkan produk-produk dari berbagai kategori iklan *Shopee* yang ditayangkan di televisi. Aplikasi tersebut telah diunduh lebih dari 43 juta kali.

Penelitian ini mengkaji informasi iklan, fungsi dari informasi iklan, dan implementasinya sebagai bahan ajar bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP) keterkaitannya tersebut dimasukkan dalam materi ajar bahasa Indonesia kelas VIII semester 1 mengenai teks iklan yakni pada kompetensi dasar (KD) 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, ada tiga rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Apa saja kata kerja ajakan yang digunakan pada keterangan informasi iklan dalam aplikasi *Shopee*?
2. Bagaimana fungsi iklan pada aplikasi *Shopee*?
3. Bagaimana implementasinya dalam pengembangan bahan ajar bahasa Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Ada tiga tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini.

1. Menemukan kata kerja ajakan pada keterangan informasi iklan dalam aplikasi *Shopee*.
2. Mendeskripsikan fungsi informasi iklan pada aplikasi *Shopee*.
3. Mendeskripsikan implementasinya dalam pengembangan bahan ajar bahasa Indonesia.

## **D. Manfaat Penelitian**

Ada dua manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini, baik secara teoretis maupun praktis.

- a. Manfaat teoretis, hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai informasi iklan pada aplikasi *Shopee* sebagai penambahan sumber bahan ajar Bahasa Indonesia untuk SMP kelas VII.
- b. Manfaat Praktis
  - 1) Bagi Guru

Memberikan atau menambah pengetahuan mengenai informasi dan fungsi iklan pada aplikasi *Shopee*.
  - 2) Bagi Siswa

Memberikan pemahaman mengenai informasi dan fungsi iklan pada aplikasi *Shopee*.
  - 3) Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya ataupun penelitian yang serupa dengan objek yang berbeda.