

Ragam Bahasa pada Iklan E-commerce XYZ: Kajian Sociolinguistik = Language Varieties in XYZ E-commerce Advertisements: A Sociolinguistic Study

Gamma Maulana Akbar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920540703&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam iklan E-commerce XYZ di media sosial. Ragam bahasa menjadi menarik dibahas karena penggunaannya selaras dengan implementasi dari strategi pemasaran. Ragam bahasa pada iklan E-commerce XYZ dipilih sebagai sumber utama data karena ditemukan beberapa keunikan penggunaan ragam bahasa yang biasanya digunakan pada iklan aplikasi e-commerce. Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kecenderungan yang biasa ditemukan dalam iklan-iklan e-commerce yang berbasis tulisan, seperti penggunaan bahasa baku dan tidak baku, penggunaan ragam bahasa persuasif, dan penggunaan ragam bahasa deskriptif. Selain itu, ditemukan pula kecenderungan penggunaan ragam bahasa deskriptif dan bahasa tidak baku pada iklan-iklan E-commerce XYZ di media sosial.

.....This research aims to analyze the language usage in E-commerce XYZ advertisements on social media. The variety of language is intriguing to discuss because its use aligns with the implementation of marketing strategies. The language used in E-commerce XYZ ads was chosen as the primary data source due to the unique language usage identified, which typically occurs in e-commerce application advertisements. The qualitative analysis method was employed in this research. The results indicate common trends found in text-based e-commerce ads, such as the use of formal and informal language, persuasive language variations, and descriptive language variations. Additionally, a tendency was found towards the use of descriptive language and informal language in E-commerce XYZ ads on social media.