

BAB II

TERPAAN IKLAN SHOPEE DI TELEVISI DAN *KREDIBILITAS BRAND* AMBASSADOR CRISTIANO RONALDO

2.1 Gambaran Umum

2.1.1 Shopee

Shopee adalah salah satu anak perusahaan dari *Sea Group* yang didirikan secara bersamaan di Singapura, Malaysia, Taiwan, Thailand, Vietnam, Filipina dan Indonesia pada tahun 2015. Perusahaan ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan pemilik usaha kecil agar dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih baik. Pada akhir Mei 2015, Shopee baru mulai memasuki pasar Indonesia dan baru beroperasi pada akhir Juni 2015.

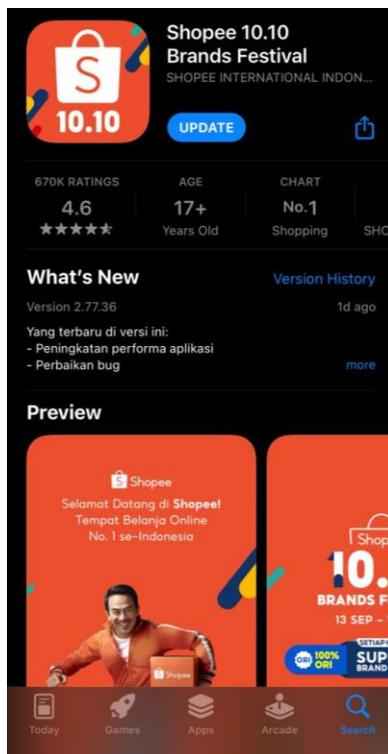
Data Market Share *E-commerce* di Indonesia

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	65,953,400	#2	#3	257,750	1,487,740	6,241,510	3,431
2 Shopee	55,964,700	#1	#1	117,490	2,970,980	15,434,730	3,225
3 Bukalapak	42,874,100	#4	#9	174,630	903,130	2,426,820	2,651
4 Lazada	27,995,900	#3	#2	372,950	1,470,810	28,689,230	2,372
5 Blibli	21,395,600	#6	#4	492,420	884,000	8,460,730	1,559
6 JD ID	5,524,000	#7	#6	25,720	443,560	770,560	1,048
7 Bhinneka	5,037,700	#22	#16	70,690	40,420	1,035,970	597
8 Sociolla	3,988,300	n/a	n/a	1,010	653,780	6,510	206
9 Orami	3,906,400	#26	#23	6,130	105,000	357,670	143
10 Ralali	3,583,400	n/a	n/a	3,060	39,660	88,660	n/a

Dilansir dari iPrice menunjukkan bahwa Shopee menjadi *e-commerce* dengan peningkatan pengunjung hingga 16 juta. Shopee menempati peringkat kedua dengan 19% kunjungan *market share e-commerce* versi *desktop* dengan rata-rata pengunjung sebanyak 55 juta.

(<https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019>)

Shopee merupakan *platform* yang berbentuk aplikasi untuk membantu masyarakat agar bisa berbelanja dengan mudah, aman dan cepat secara *online*. Aplikasi tersebut menawarkan berbagai macam produk untuk kebutuhan sehari-hari. Pengguna Shopee adalah masyarakat yang terbiasa menggunakan *gadget* dalam setiap kegiatan termasuk berbelanja. Shopee disajikan dalam bentuk aplikasi *mobile* agar masyarakat dapat mengakses dengan mudah tanpa perlu membuka *website*.



Gambar 2.1 Aplikasi Shopee

Sumber : Appstore.

2.1.2 Visi dan Misi Shopee

a. Visi

Menjadi mobile *marketplace* nomor 1 yang ada di Indonesia.

b. Misi

Mengembangkan jiwa kewirasusahaan bagi para penjual di Indonesia. (Sumber: <https://careers.shopee.co.id/about>)

2.1.3 Kredibilitas Brand Ambassador

Periklanan adalah sarana komunikasi tentang suatu organisasi dan produknya yang ditampilkan melalui media seperti radio, surat kabar, majalah, dan televisi. Periklanan juga merupakan cara untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk dan jasa yang dijual dan di publikasikan oleh media massa. Tujuan iklan untuk menarik perhatian khalayak terhadap sesuatu yang ditawarkan. Shopee juga menggunakan iklan sebagai alat untuk mempromosikan produk. Melalui iklan, Shopee memberikan informasi menarik kepada masyarakat terkait produk-produk yang ditampilkan didalam aplikasinya, seperti promo *Big Ramadhan Sale*, *Flash sale*, *Shopee COD*, promo bulanan (7.7, 8.8, 9.9) dan berbagai macam promosi lainnya.

Pada bulan agustus tahun 2019 Shopee membuat gempar pecinta sepakbola dan juga pecinta belanja *online* dengan menunjuk Cristiano Ronaldo sebagai *Brand Ambassador* baru di Shopee. Shopee menggemparkan Indonesia dengan adanya iklan "*Super Shopping Day 9.9*", dimana dalam iklan tersebut Shopee menampilkan Cristiano Ronaldo sebagai *Brand Ambassador*. Pada 16 Agustus 2019, Cristiano Ronaldo diminta untuk membintangi TVC Shopee yang tayang perdana secara bersamaan di negara-negara tempat Shopee beroperasi (www.liputan6.com). Hal ini menarik perhatian masyarakat Indonesia, apalagi iklan tersebut ditayangkan di beberapa media televisi dan media *online* nasional Indonesia. Iklan ini mengandalkan Cristiano Ronaldo dan media massa sebagai alat pengirim pesan kepada publik sasaran Shopee.

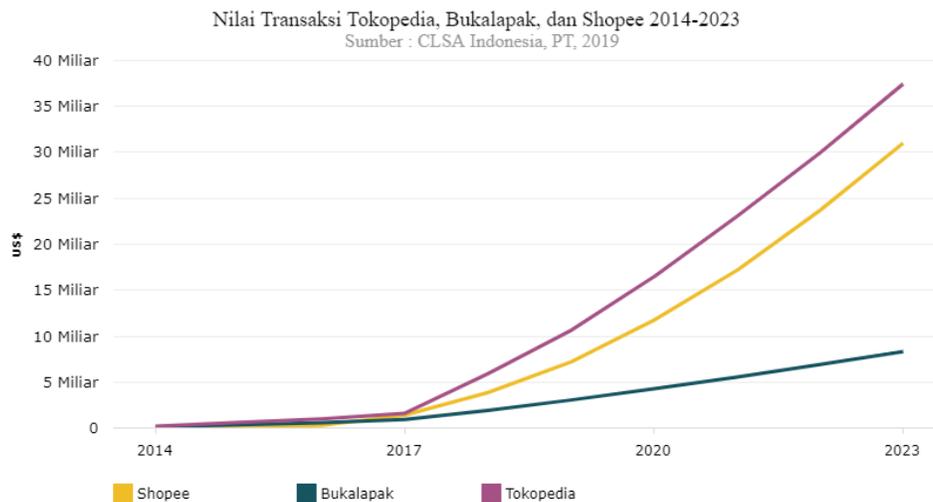
2.1.4 Minat Bertransaksi

Minat diartikan sebagai keinginan, kehendak atau kesukaan. Minat juga merupakan sumber motivasi bagi seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan dan menentukan pilihannya

sendiri. Sedangkan, transaksi adalah kegiatan yang dilakukan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan dapat menyebabkan perubahan ekonomi dan properti yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Oleh karena itu, dengan adanya promosi iklan yang dilakukan Shopee di televisi diharapkan dapat menambah wawasan konsumen untuk membujuk mencoba produk dan dapat terus membeli produk tersebut. Terpaan iklan secara terus menerus memungkinkan konsumen terkena terpaan informasi yang di dapatkan dari iklan Shopee di Televisi.

Konsumen tertarik untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap promosi, harga, dan iklan yang dilihat di televisi. Oleh karena itu, Shopee memilih cara dengan melakukan promosi menggunakan teknik pemasaran untuk menarik perhatian konsumen dengan menyajikan promo iklan secara besar-besaran di televisi dan menjadikan selebriti terkenal sebagai *brand ambassador*.

Data Nilai Transaksi *e-commerce* di Indonesia



Pada tahun 2019, jumlah kunjungan masyarakat terhadap Shopee kurang memuaskan. Hal ini berdasarkan dari data nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia yang dimuat oleh Katadata.co.id periode 2014-2023 membuktikan bahwa Shopee berada pada peringkat kedua dengan jumlah transaksi sebesar 11,7 Miliar US\$.