

IV.1.1 Banner

Banner	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p data-bbox="757 833 1151 880">Gambar IV.1 Iklan Promosi Kategori "Bulan Ramadhan" versi Bukalapak</p>	 <p data-bbox="1263 820 1576 868">Gambar IV.2 Iklan Promosi "Bulan Ramadhan" versi Tokopedia</p>	 <p data-bbox="1666 852 1980 900">Gambar IV.3 Iklan Promosi "Bulan Ramadhan" versi Shopee</p>
	<p data-bbox="712 960 1196 1311">Iklan promosi kategori "Bulan Ramadhan" versi Bukalapak memiliki tampilan cerah dengan dominasi warna merah, biru dan putih. Pada iklan promosi ini terdapat seorang model di bagian kanan iklan. Model ini menampilkan senyum yang sumringah dan tangan yang terbuka serta menggunakan kerudung. Tulisan poster difokuskan pada</p>	<p data-bbox="1214 960 1621 1311">Iklan promosi kategori "khusus bulan Ramadhan" versi Tokopedia memiliki tampilan cerah dengan dominasi warna hijau, kuning, putih dan sedikit sentuhan warna orange. Pada iklan promosi ini terdapat seorang model di bagian tengah iklan. Model ini menggunakan baju</p>	<p data-bbox="1639 932 2016 1283">Iklan promosi kategori "khusus bulan Ramadhan" versi Shopee memiliki tampilan cerah dengan dominasi warna orange dan putih. Pada iklan promosi ini tidak menggunakan model, melainkan berisi tulisan-tulisan promo dan hiasan yang menarik.</p>

	<p>bagian sisi kiri iklan. Hal ini menggambarkan masyarakat yang senang dalam rangka menyambut datangnya bulan Ramadhan sekaligus mengajak masyarakat untuk menikmati promo yang diadakan oleh pihak Bukalapak. Adapun kajian iklan berdasarkan teori <i>copywriting</i> akan dijabarkan secara rinci</p>	<p>koko putih dengan peci yang diidentikkan dengan bulan Ramadhan. Model ini juga menampilkan senyum yang sumringah dan tangan yang sedang memegang telepon genggam. Hal ini menggambarkan masyarakat yang senang menyambut datangnya bulan Ramadhan dengan memanfaatkan promosi yang ditawarkan oleh pihak Tokopedia. Penggunaan telepon genggam pada iklan tersebut menggambarkan Tokopedia yang memberikan kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Adapun kajian iklan berdasarkan teori <i>copywriting</i> akan dijabarkan secara rinci.</p>	
--	---	---	--

IV.1.2 *Headline*

<i>Headline</i>	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p data-bbox="734 403 1070 427">Gambar IV.4 <i>Headline</i> versi Bukalapak</p>	 <p data-bbox="1272 552 1518 576">Gambar IV.5 <i>Headline</i> versi</p>	 <p data-bbox="1648 528 1966 552">Gambar IV.6 <i>Headline</i> versi Shopee</p>
	<p data-bbox="633 595 1171 1313"><i>Headline</i> pada iklan promosi Bukalapak bertuliskan SPECIAL RAMADAN, dimana mencerminkan bahwa promosi yang berlangsung dalam rangka menyambut bulan Ramadhan. Penggunaan kata spesial dikarenakan penawaran promo yang memang hanya berlangsung ketika bulan Ramadhan. Selain itu, bulan Ramadhan juga merupakan salah satu bulan yang spesial (istimewa) dan sangat dinantikan oleh masyarakat, terutama masyarakat muslim. Hal ini sejalan dengan salah satu dalil yang mengemukakan bahwa "Sesungguhnya Allah membebaskan beberapa orang dari api neraka pada setiap hari di bulan Ramadhan dan setiap muslim apabila memanjatkan doa maka pasti dikabulkan" (HR. Al Bazaar dari Jabir bin</p>	<p data-bbox="1193 619 1597 1337">Unsur <i>copywriting</i> yang akan dianalisis yaitu unsur <i>headline</i>. Adapun pada unsur <i>headline</i> bertuliskan THR-KU TIDAK HABIS DI ONGKIR yang terletak dibagian tengah atas iklan, lebih tepatnya di atas kepala model dengan bentuk tulisan yang sedikit melengkung. Tulisan ini menggunakan huruf kapital dengan tujuan agar lebih mendapat respons positif dari masyarakat yang melihatnya. Selain itu, warna yang digunakan pada tulisan ini cukup beragam dan kontras dengan warna latar dari iklan tersebut. Warna putih</p>	<p data-bbox="1615 595 2000 1313">Unsur <i>headline</i> bertuliskan “BIG RAMADHAN SALE” yang terletak di tengah bagian atas iklan dengan warna tulisan putih. Penggunaan huruf pada unsur ini sangatlah bervariasi. Hal ini berarti pihak Shopee lebih kreatif dalam menggunakan variasi huruf. Warna yang digunakan pada kata “BIG RAMADHAN” adalah putih dengan latar iklan berwarna oranye, sedangkan warna yang digunakan pada kata “SALE” adalah oranye dengan latar iklan berwarna putih. Adanya variasi warna dan ukuran serta jenis huruf membuat</p>

	<p>‘Abdillah). Bulan Ramadhan dianggap sebagai bulan yang istimewa dan dinantikan sebagian besar masyarakat, oleh karena itu adanya penawaran promo yang dilakukan pihak Bukalapak diharapkan juga dinanti-nanti oleh masyarakat karena khusus diadakan ketika momen tertentu saja.</p> <p>Bentuk tulisan RAMADAN pada iklan tersebut memiliki kesan seperti tulisan Arab karena saling menyambung. Hal ini berkaitan dengan umat Islam yang memang identik dengan tulisan Arab. Warna yang digunakan pada unsur <i>headline</i> yaitu warna merah, sehingga tampak kontras dan <i>on point</i> bagi masyarakat yang melihat iklan promosi tersebut. Warna ini juga dianggap sebagai warna ciri khas dari <i>marketplace</i> tersebut. Unsur <i>headline</i> tidak terletak di bagian tengah iklan melainkan terletak di bagian atas iklan sisi kiri, namun meskipun begitu <i>headline</i> masih terlihat jelas oleh masyarakat. <i>Headline</i> yang tertera pada iklan termasuk singkat dan mudah dibaca, penggunaan kapital pada kalimat tersebut juga semakin memperjelas masyarakat yang melihatnya. Pada iklan promosi ini, unsur</p>	<p>terlihat pada tulisan THR-KU dan DI ONGKIR, sedangkan tulisan TAK HABIS menggunakan warna kuning. Unsur <i>headline</i> pada iklan ini menggunakan huruf yang tebal dan terlihat dominan. Penggunaan kata pada tulisan ini juga singkat, mudah terbaca dan menggambarkan promosi yang akan berlangsung.</p> <p>Adapun arti dari tulisan ini mendeskripsikan bahwa masyarakat tidak perlu khawatir jika THR yang dimiliki akan habis ketika melakukan banyak transaksi belanja karena harus menanggung ongkos kirim yang memang tidak sedikit. Bulan Ramadhan memang diidentikkan dengan adanya THR atau Tunjangan Hari Raya. THR ini biasanya diberikan oleh suatu perusahaan atau golongan di pertengahan bulan Ramadhan. Sebagian besar masyarakat biasanya menghabiskan THRnya untuk</p>	<p>masyarakat menjadi tertarik untuk melihat keseluruhan isi iklan.</p> <p>Adapun maksud dari tulisan ini menjelaskan bahwa penawaran promosi yang diadakan besar-besaran dan hanya terjadi di bulan Ramadhan. Berdasarkan penjelasan dari pihak Shopee, Big Ramadhan Sale ini merupakan salah satu bentuk kampanye yang dilakukan dalam rangka memeriahkan bulan Ramadhan tahun ini. Melalui kampanye ini, diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi dengan memanfaatkan promosi yang ditawarkan oleh Shopee. Berdasarkan penjelasan arti dari tulisan tersebut, maka dapat diketahui bahwa <i>headline</i> pada iklan promosi Bukalapak termasuk kedalam jenis <i>Information or News Headline</i>, dimana maksud dari <i>headline</i> tersebut bertujuan untuk memberitahukan informasi</p>
--	--	--	---

	<p><i>headline</i> termasuk kedalam jenis <i>Information or News Headline</i>, dimana maksud dari <i>headline</i> tersebut bertujuan untuk memberitahukan informasi mengenai promosi yang berlangsung pada Bulan Ramadhan.</p>	<p>memenuhi kebutuhan Ramadhan atau Lebaran. Oleh karena itu, pihak Tokopedia berusaha menawarkan solusi kepada masyarakat yang ingin berbelanja kebutuhan Ramadhan atau Lebaran secara daring tanpa mengkhawatirkan ongkos kirim yang biasanya harus ditanggung pembeli.</p> <p>Unsur <i>headline</i> pada iklan promosi Tokopedia termasuk kedalam jenis <i>Identification Headline</i>, yang artinya isi dari tulisan tersebut langsung menyebutkan identitas atau jenis promosi yang akan diberikan oleh pihak <i>marketplace</i>. Dengan kata lain, pemilihan kata THR cukup menggambarkan jenis promosi yang berlangsung, yaitu promosi dalam rangka menyambut bulan Ramadhan.</p>	<p>mengenai promosi pada Bulan Ramadhan.</p>
--	--	--	--

--	--	--	--

IV.1.3 Sub Headline

<i>Sub Headline</i>	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p>Gambar IV.7 SubHeadline versi Bukalapak</p>	Tidak menggunakan <i>sub headline</i> .	Tidak menggunakan <i>sub headline</i>
	<p>Unsur <i>sub headline</i> pada iklan bertuliskan #BaikItuMudah. Tulisan itu terletak persis dibawah <i>headline</i> dengan warna yang sama yaitu merah. Warna ini cukup kontras dengan warna latar dari iklan. Selanjutnya tulisan pada <i>sub headline</i> mendukung arti dari <i>headline</i> iklan tersebut, dimana bulan Ramadhan diidentikkan dengan bulan kebaikan. Oleh karena itu tagar yang diusung pada <i>sub headline</i> juga menggambarkan suatu kebaikan. Tulisan ini jelas, singkat dan mudah terbaca. Selan itu tulisan ini memiliki arti yang mudah dipahami oleh masyarakat yang membacanya yaitu semua kebaikan</p>		

	<p>mudah dilakukan dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja, baik dari hal yang kecil maupun hal yang besar. Kebaikan yang diusung oleh pihak Bukalapak misalnya saja dalam hal berbagi informasi promo. Berhubung pada bulan Ramadhan akan banyak penawaran promo, maka adanya iklan ini merupakan salah satu aksi nyata pihak Bukalapak dalam berbagi kebaikan.</p>		
--	--	--	--

IV.1.4 Bodycopy

<i>Bodycopy</i>	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p>Gambar IV.8 <i>Bodycopy</i> versi Bukalapak</p>	 <p>Gambar IV.9 <i>Bodycopy</i> versi Tokopedia</p>	 <p>Gambar IV.10 <i>SubHeadline</i> versi Shopee</p>

	<p>Unsur <i>bodycopy</i> terletak ditengah iklan. Masing-masing kalimat tersebut memberikan penjelasan secara rinci yang berkaitan dengan <i>headline</i> dan <i>sub headline</i>. Kalimat pertama yaitu bertuliskan “HARGA TERBAIK di Bulan Baik”. Adapun tulisan “HARGA TERBAIK” menggunakan huruf kapital yang cukup menonjol dengan ketebalan yang berbeda guna menekankan bahwa pihak Bukalapak berusaha meyakinkan masyarakat bahwa penawaran harga pada bulan Ramadhan merupakan harga yang paling baik dari biasanya. Kata “Bulan Baik” juga digunakan untuk menggantikan kata Bulan Ramadhan namun tetap memiliki arti yang sama. Menurut artikel Liputan6 yang ditulis oleh Nisa Mutia Sari pada 01 Mei 2019 menyatakan bahwa salah satu keistimewaan bulan Ramadhan yaitu bulan yang penuh keberkahan atau kebaikan atau dengan kata lain setiap</p>	<p>Unsur <i>copywriting</i> yang selanjutnya yaitu <i>bodycopy</i>. Adapun unsur <i>bodycopy</i> terdiri dari lima kalimat. Setiap kalimat ini memberikan penjelasan yang rinci mengenai isi promosi yang ditawarkan. Kalimat pertama bertuliskan “23-24 MEI” yang terletak di tengah bagian bawah model dengan tulisan berwarna hijau, latar tulisan berwarna kuning dan latar iklan berwarna hijau. Kombinasi warna ini sangat terang dan kontras sehingga pasti terlihat oleh masyarakat. Tulisan ini menggunakan huruf kapital yang cukup tebal. Adapun maksud dari tulisan ini adalah pemberitahuan dari pihak Tokopedia mengenai periode berlangsungnya promo yang ditawarkan. Hal ini berarti promo diadakan selama dua hari di bulan Ramadhan. Pada tulisan tersebut tertera jelas tanggal dan bulan berlangsungnya promo, hanya saja tidak dilengkapi dengan tahun promo. Namun hal tersebut tidak mengurangi esensi dari keseluruhan arti tulisan tersebut.</p> <p>Selanjutnya yaitu kalimat kedua yang bertuliskan “GRATIS ONGKIR SEPUASNYA” dengan warna putih dan terletak persis ditengah bagian bawah dari kalimat pertama. Penggunaan warna putih terlihat</p>	<p>Unsur <i>copywriting</i> yang kedua yaitu <i>bodycopy</i> yang bertuliskan “PASTI LEBIH BESAR” terletak di bagian tengah iklan dengan ukuran tulisan yang cukup besar. Warna yang digunakan pada tulisan ini dominan putih. Selain itu, tulisan ini juga menggunakan huruf kapital, tetapi memiliki perbedaan ukuran dan ketebalan huruf. Kata “PASTI” memiliki ukuran huruf yang tidak terlalu besar dan tidak tebal, sedangkan kata “LEBIH BESAR” memiliki ukuran huruf yang sangat besar dengan ketebalan yang cukup dominan. Meskipun begitu, tulisan ini tetap mampu menarik perhatian masyarakat karena letaknya tepat ditengah iklan promosi. Unsur <i>bodycopy</i> mengandung arti yang mendukung unsur sebelumnya.</p> <p>Adapun maksud dari tulisan ini mendeskripsikan bahwa penawaran promo yang diadakan pada tahun ini jauh lebih besar dari penawaran-penawaran sebelumnya. Hal ini ditekankan pula dengan ukuran tulisan yang terlihat</p>
--	---	--	---

	<p>hari selama bulan Ramadhan selalu ada berkah yang bisa didapatkan manusia. Selain itu pula, dalam artikel juga dituliskan bahwa bulan Ramadhan adalah bulan terbaik dimana kesempatan untuk berbuat kebaikan terbuka seluas-luasnya. Hal ini menjadi salah satu bentuk penguatan dari pihak Bukalapak bahwa harga yang diberikan selama Ramadhan memang yang terbaik sekaligus menyongsong bulan kebaikan.</p> <p>Kalimat kedua pada unsur <i>bodycopy</i> yaitu bertuliskan “NEGO 5x Lebih Besar”. Tulisan ini memiliki ketebalan huruf yang bervariasi, dimana tulisan “NEGO 5X” lebih tebal dan tampak dominan dibandingkan tulisan Lebih Besar. arti bahwa kesempatan nego di bulan Ramadhan lebih besar dari biasanya, yaitu sebesar 5x lipat. Istilah nego ini lebih dikenal sebagai tawar menawar harga antar penjual dan pembeli. Penggunaan istilah nego</p>	<p>kontras dengan warna hijau dari latar iklan. Tulisan ini menggunakan huruf kapital dengan ukuran yang agak besar dan cukup tebal. Selain itu, pemilihan kata pada tulisan ini juga singkat dan jelas sehingga mudah dipahami masyarakat. Adapun maksud dari tulisan ini mengartikan bahwa masyarakat dapat menikmati promo gratis ongkir selama melakukan transaksi di Tokopedia pada bulan Ramadhan. Melalui tulisan ini juga dapat diartikan bahwa promo gratis ongkir yang diberikan juga tak terbatas karena menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan kata "sepuasnya" diartikan sebagai sepuas-puas hati (hingga merasa jemu).</p> <p>Pada unsur <i>bodycopy</i>, kalimat ketiga bertuliskan “TANPA MINIMAL TRANSAKSI” terletak dibagian tengah bawah kalimat kedua dengan warna kuning cerah. Tulisan ini menggunakan huruf kapital dengan ukuran yang tidak terlalu besar namun tetap jelas terbaca. Adapun maksud dari tulisan ini mendeskripsikan bahwa tidak ada syarat khusus, selain harus bertransaksi di Tokopedia, jika ingin mendapatkan gratis ongkir. Dengan kata lain, transaksi belanja dengan nominal harga berapapun tetap akan mendapat promo gratis ongkir.</p>	<p>mendominasi iklan promosi tersebut. Tulisan ini juga seolah meyakinkan masyarakat bahwa tersedia untung yang pasti lebih besar jika melakukan transaksi belanja di Shopee selama bulan Ramadhan.</p> <p>Unsur <i>copywriting</i> selanjutnya yaitu <i>bodycopy</i>. Unsur ini memiliki tiga kalimat yang menjelaskan secara rinci isi dari iklan promosi yang ditawarkan. Kalimat pertama yaitu “GOYANG SHOPEE 10M SETIAP HARI” terletak dibawah iklan. Kalimat ini menggunakan huruf kapital dan tebal berbeda dengan yang atas “GOYANG SHOPEE” memiliki ukuran yang agak kecil berwarna putih dengan latar iklan orange. Kata “10M” memiliki ukuran tulisan yang lebih besar, berwarna orange dengan latar putih. Kata ini memiliki <i>frame</i> atau bingkai sehingga terlihat unik. Selanjutnya kata “SETIAP HARI” memiliki ukuran huruf yang agak kecil berwarna putih dan tipis. Adapun maksud dari tulisan ini menjelaskan bahwa pihak Shopee akan memberikan koin tambahan</p>
--	--	---	---

	<p>sebagai salah satu bentuk penawaran promosi oleh pihak Bukalapak demi memberikan kepuasan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi belanja. Tulisan ini mendukung tulisan sebelumnya yang mana untuk mendapatkan harga terbaik bisa dilakukan dengan nego yang memiliki kesempatan 5x lebih besar.</p>	<p>Penggunaan kata pada tulisan ini juga sudah cukup jelas dan mendukung arti dari kalimat-kalimat sebelumnya. Apabila unsur <i>copywriting</i> dilihat secara keseluruhan, setiap tulisannya memiliki arti yang saling berkaitan satu sama lain dan sesuai dengan momen yang diusung oleh pihak Tokopedia.</p>	<p>secara cuma-cuma kepada pengguna aplikasi Shopee dengan cara menggoyang-goyangkan handphonenya. Periode Goyang Shopee ini tidak hanya berlangsung dalam sehari, melainkan akan ada setiap hari selama bulan Ramadhan dengan total koin yang diberikan sebanyak “10M”. Hal ini dilakukan guna memeriahkan bulan Ramadhan yang sedang berlangsung.</p> <p>Selanjutnya kalimat kedua bertuliskan “SERBA 10RB GRATIS UMROH” terletak di bagian tengah bawah iklan tersebut. Sama halnya dengan kalimat sebelumnya, kalimat ini juga memiliki variasi pada ukuran dan ketebalan huruf. Kata “SERBA” memiliki huruf yang lebih tebal dengan ukuran yang tidak terlalu besar. Kata ini menggunakan warna putih dengan latar iklan berwarna orange. Selanjutnya kata “10RB” yang memiliki ukuran lebih besar berwarna orange dengan latar iklan putih. Kata ini terletak didalam sebuah <i>frame</i> atau bingkai agar terlihat</p>
--	--	---	--

			<p>mendominasi di kalimat ini. Adapun maksud dari tulisan ini menjelaskan bahwa masyarakat bisa turut serta membeli produk pilihan seharga 10ribu yang nantinya akan diundi oleh pihak Shopee, barangsiapa yang beruntung maka akan mendapatkan hadiah umroh secara cuma-cuma. Adanya hadiah umroh ini diyakini dapat mengajak seluruh masyarakat untuk turut berpartisipasi mengikuti promo yang ditawarkan, karena sebagian besar masyarakat terutama masyarakat muslim pasti menginginkan pergi umroh.</p> <p>Selanjutnya, kalimat ketiga bertuliskan “GRATIS ONGKIR 10X TANPA MIN. BELANJA” terletak di pojok kanan bawah iklan dengan huruf kapital. Sama halnya seperti kalimat sebelumnya, pada kalimat ini juga memiliki variasi ukuran dan ketebalan yang tidak jauh berbeda. kata “GRATIS ONGKIR” memiliki huruf yang lebih tebal dan ukuran yang agak kecil, serta warna putih dengan latar orange. Kata</p>
--	--	--	---

			<p>“10X” memiliki ukuran huruf yang lebih besar dengan warna orange serta terletak pada <i>frame</i> atau bingkai berwarna putih. Kata “TANPA MIN. BELANJA” memiliki huruf yang tidak tebal serta ukuran yang agak kecil, warna yang digunakan pada kata ini yaitu putih dengan latar iklan orange. Adapun maksud dari tulisan ini menjelaskan bahwa adanya promo gratis ongkir yang diberikan pihak Shopee tanpa ada syarat yang mengharuskan transaksi dengan nominal tertentu dan pastinya memberikan kemudahan transaksi belanja bagi masyarakat di seluruh Indonesia. Hal ini merupakan salah satu penawaran spesial dari pihak Shopee dalam rangka menyambut Ramadhan dan meningkatkan antusiasme masyarakat di bulan suci ini.</p> <p>Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diketahui bahwa unsur <i>bodycopy</i> pada iklan promosi Shopee termasuk kedalam kategori <i>Gimmick</i>, yang artinya isi dari tulisan tersebut bertujuan untuk mengiming-imingi atau memperdaya</p>
--	--	--	---

			masyarakat sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.
--	--	--	---

IV.1.5 Closing Word

<i>Closing word</i>	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p>Gambar IV.11 Unsur <i>Closing Word</i> Bukalapak</p>	 <p>Gambar IV.12 Unsur <i>Closing Word</i> Tokopedia</p>	Tidak menggunakan <i>closing word</i>
	<p>Unsur selanjutnya yaitu <i>closing word</i> (kata penutup). Unsur ini bertuliskan Mulai Mei 2019 yang terletak pada bagian bawah iklan dengan ukuran tulisan yang lebih kecil dibandingkan yang lain. Ukuran tulisan yang kecil mengakibatkan tulisan tersebut kurang terbaca oleh masyarakat. Hal ini juga didukung oleh penggunaan warna yang senada dengan warna latar</p>	<p>Unsur selanjutnya yaitu <i>closing</i> KODE PROMO ONGKIRPUAS, CEK TOKOPEDIA yang terletak di bagian bawah dengan ukuran huruf yang kapital. Selain itu, penggunaan warna putih dan oranye pada tulisan ini cukup kontras dengan warna hijau pada latar iklan. Adapun maksud dari tulisan ini adalah sebagai bentuk pemberitahuan bahwa adanya peraturan yang sudah</p>	

	<p>sehingga bentuk tulisan kurang begitu terlihat. Adapun maksud dari tulisan pada unsur <i>closing word</i> adalah sebagai bentuk pemberitahuan bahwa adanya peraturan yang sudah ditentukan oleh pihak Bukalapak dan harus disetujui oleh masyarakat jika ingin mengikuti promo tersebut. Dengan adanya pemberitahuan ini, diharapkan masyarakat dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Biasanya ketika ada suatu penawaran promo, masyarakat akan langsung tergiur hingga berencana akan mengikuti promo yang ditawarkan tersebut.</p>	<p>ditentukan oleh pihak Tokopedia dan harus disetujui oleh masyarakat jika ingin mengikuti promo gratis ongkir tersebut. Dengan adanya pemberitahuan ini, diharapkan masyarakat dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Biasanya ketika ada suatu penawaran promo seperti gratis ongkir, masyarakat akan langsung tergiur hingga berencana akan mengikuti promo yang ditawarkan tersebut. Hal ini sesuai dengan tujuan dari adanya <i>closing word</i> yang biasanya memang mempengaruhi tindakan masyarakat selanjutnya apakah tetap ingin mengikuti promo.</p>	
--	--	---	--

IV.1.6 Tipografi

Tipografi	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p>Gambar IV.13 Tipografi RAMADAN</p>	 <p>Gambar IV.14 Tipografi THR-KU TAK HABIS DIONGKIR</p>	 <p>Gambar IV.15 Tipografi BIG RAMADHAN</p>

	<p>Jenis huruf yang digunakan pada iklan promosi ini adalah San Serif, dimana huruf tidak memiliki kait ataupun nirkait pada bagian ujung huruf. Ukuran huruf yang ditampilkan pada iklan ini sangatlah bervariasi, namun tidak memiliki perbedaan yang signifikan yang menggunakan huruf berwarna merah dan cyan biru. Tampilan huruf pada iklan Bukalapak yang hampir sama, hanya kata “RAMADAN” yang memiliki ciri khas tersendiri dengan menampilkan huruf sambung.</p> <p>Penggunaan <i>hashtag</i> atau tagar terlihat pada kata “#BaikItuMudah” memudahkan kalimat tersebut menjadi lebih fokus yang membawa maksud tertentu dengan kalimat sebelumnya tanda perlu penjelasan.</p>  <p>Gambar IV.16 Tipografi #BaikItuMudah</p> <p>Ketebalan huruf pada kata “HARGA TERBAIK” dan “NEGO 5x” yang</p>	<p>Jenis huruf yang digunakan pada iklan promosi ini adalah San Serif, dimana garis hurufnya terlihat tebal dan tidak memiliki kaki atau kait. Ukuran huruf yang ditampilkan pada iklan ini sangatlah bervariasi dan perbedaan yang cukup signifikan bila diperhatikan dengan seksama. Ukuran huruf dari tulisan yang paling atas terlihat lebih besar, sedangkan tulisan yang paling bawah memiliki ukuran huruf yang sangat kecil. Dengan bentuk ujung pada font tersebut terlihat sangat melengkung.</p> <p>Penggunaan huruf pada iklan ini didominasi pada huruf yang tebal dan huruf besar meskipun ada juga penggunaan huruf yang tipis pada beberapa kata. Penggunaan huruf yang lebih tebal pada tampilan iklan bertujuan untuk menonjolkan isi yang terkandung pada iklan tersebut. Didalam poster tersebut menggunakan huruf yang berwarna putih dan kuning</p>	<p>Jenis huruf yang digunakan pada iklan promosi ini adalah San Serif, dimana garis hurufnya terlihat tebal dan tidak memiliki kaki atau kait. Ukuran huruf yang ditampilkan pada iklan ini sangatlah bervariasi dan memiliki perbedaan yang signifikan. Ukuran huruf dibagian tengah tampak mendominasi tampilan iklan promosi tersebut. Pada kata “BIG RAMADHAN” yang memiliki ciri khas tersendiri pada iklan ini kalimat tersebut menggunakan ornamen pengganti titik di atas pada huruf “i” dengan gambar bulan dan bintang yang mengartikan keislami atau menampilkan nuansa dibulan Ramadhan. Tidak hanya itu huruf “a” pada iklan promosi Bukalapak terdapat titik dua di atasnya yang mencerminkan huruf “ت”. Huruf yang terdapat pada Bahasa Arab.</p> <p>Pada bagian tengah poster yang bertulis “PASTI LEBIH BESAR” menggunakan huruf yang sangat besar dibanding penggunaan huruf lainnya namun kata “PASTI” berhuruf kecil diantara huruf “LEBIH BESAR” menampilkan ketebalan ditambah dengan adanya bayangan dibelakangnya.</p>
--	---	---	--

menggunakan huruf kapital. Iklan ini cukup bervariasi Huruf-huruf yang lebih tebal biasanya bermaksud memberikan penekanan pada arti dari tulisan tersebut.



The image shows the text 'HARGA TERBAIK' in a bold, dark blue, sans-serif font. Below it, 'NEGGO 5x' is written in a white, bold, sans-serif font inside a dark blue rectangular box.

Gambar IV.18 Tipografi HARGA TERBAIK NEGGO 5X

sekaligus mencerminkan suasana Ramadhan..



The image shows a green banner with white text: 'GRATIS ONGKIR SEPULASNYA' and 'TANPA MINIMUM TRANSAKSI'. Below this, there is a smaller white box with 'KODE PROMO' and 'ONGKIRPUAS', and a red button with 'CEK TOKOPEDIA' and a right-pointing arrow.

Gambar IV.19 Tipografi



The image shows the text 'PASTI LEBIH BESAR' in a bold, white, sans-serif font on a red background. The word 'PASTI' is smaller and positioned above 'LEBIH BESAR'.

Gambar IV.17 Tipografi PASTI LEBIH BESAR

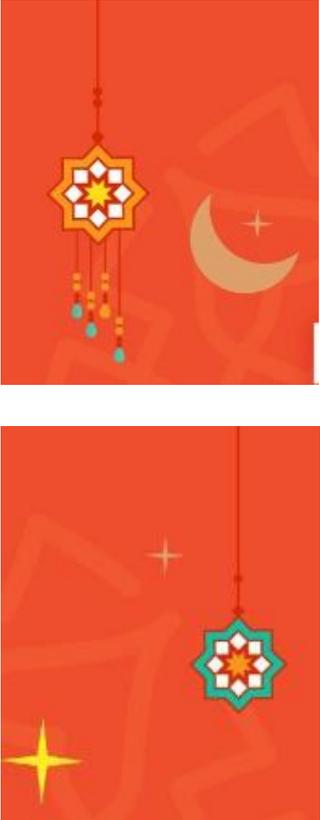
Semua huruf yang digunakan pada iklan promosi poster versi Shopee tersebut menggunakan huruf kapital dengan dominan huruf yang tebal, namun ada beberapa huruf yang menggunakan huruf tipis seperti “SETIAP HARI”, “GRATIS UMROH”, “TANPA MIN. BELANJA”.



The image shows a red banner with white text. It is divided into three sections: 'GOYANG SHOPEE' with '•10M•' and 'SETIAP HARI' below; 'SERBA' with '•10RB•' and 'GRATIS UMROH' below; and 'GRATIS ONGKIR' with '•10X•' and 'TANPA MIN. BELANJA' below.

Gambar IV.20 Tipografi

IV.1.7 Ilustrasi

Ilustrasi	Bukalapak	Tokopedia	Shopee
	 <p data-bbox="640 887 943 911">Gambar IV.21 Ilustrasi Bukalapak</p>	 <p data-bbox="1196 831 1491 855">Gambar IV.22 Ilustrasi Tokopedia</p>	
	<p data-bbox="459 954 1120 1118">Iklan promosi versi Bukalapak menampilkan foto seorang perempuan dengan senyum lebar yang berpenampilan muslim memakai selendang putih yang digunakan di atas kepala dan baju merah muda. Ditambah berpose tangan terbuka keatas.</p>	<p data-bbox="1144 970 1543 1321">Pada iklan promosi Tokopedia menggunakan ilustrasi foto laki-laki bernuansa putih yang mengenakan baju muslim serta memakai peci dengan menampilkan wajah sangat gembira seraya sedang memegang telepon genggam berwarna ungu yang memiliki karakter kucing.</p>	<p data-bbox="1615 1251 1951 1278">Gambar IV.23 Ilustrasi Shopee</p>

			<p>Iklan promosi versi Shopee tersebut tidak menampilkan foto ilustrasi namun menampilkan ilustrasi yang bernuasa islami seperti gambar bulan bintang berwarna coklat muda akan tetapi sebagian bintang tersedia yang berwarna kuning yang tersebar di beberapa sudut pada poster Tokopedia. Serta menambahkan ornamen dua <i>dream catcher</i> menampilkan sisi Ramadan dengan berwarna biru dibagian paling luar, warna merah, dan warna kuning dibagian tengah sedangkan bentuk yang satunya berwarna jingga pada bagian luar, warna merah, dan kuning pada bagian tengah ditambah dengan bagian gambar yang berbentuk seperti lampu gantung berjumlah 4 buah, 3 berwarna biru dan satu warna jingga.</p>
--	--	--	--

