

**DESKRIPSI PRODUK PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BISNIS
BAGI KONSUMEN ONLINE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN)**



SKRIPSI

Disusun oleh:

DIO JOLYEN AXSAL

21702010023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2025**

**DESKRIPSI PRODUK PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BISNIS
BAGI KONSUMEN ONLINE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN)**



Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana (Strata-1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan

Disusun oleh:

DIO JOLYEN AXSAL

21702010023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2025**

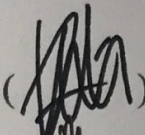
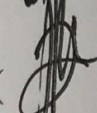
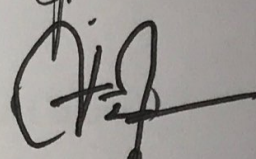
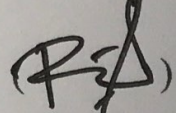
PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Deskripsi Produk Pada *E-Commerce* Shopee Sebagai Media Komunikasi Bisnis Bagi Konsumen Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Selatan) oleh Dio Jolyen Axsal telah dipertahankan di depan penguji skripsi program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu komunikasi universitas sumatera selatan.

Ujian dilaksanakan

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Mei 2025
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi

TIM PENGUJI

- | | |
|--|---|
| 1. Intan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom
NUPTK 2442770671230342 | Ketua () |
| 2. Dendi, S.I.Kom., M.I.Kom
NUPTK 9458770671130242 | Sekretaris () |
| 3. Adli, S.Sos.I., M.Sc
NUPTK 5642768669130342 | Penguji 1 () |
| 4. Riko Fardiansyah, S.I.Kom., M.I.Kom
NUPTK 6062760661130153 | Penguji 2 () |

Mengetahui

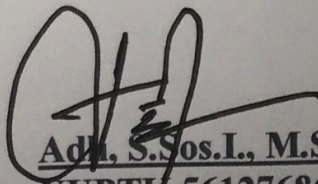
**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan**



Agus Simudom, S.Pd.I., M.I.Kom
NUPTK 1133758659131193

Palembang, 22 Mei 2025

**Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi**


Adli, S.Sos.I., M.Sc
NUPTK 5612768669130342

***The Role of Product Descriptions on Shopee E-Commerce as a
Business Communication Medium for Online Consumers
(A Study on Students of Universitas Sumatera Selatan)***

Dio Jolyen Axsal
Universitas Sumatera selatan
dioxx57@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the role of product descriptions on the Shopee e-commerce platform as an informational medium for consumers in their purchasing decision-making process. In today's digital era, product information is no longer obtained directly, but rather through online platforms that rely on both visual and textual content. Product descriptions have become a crucial element in delivering accurate, engaging, and persuasive information to potential buyers. This study uses a descriptive quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to active Shopee users. Respondents were selected using purposive sampling techniques, and the data were analyzed using descriptive statistics to determine the effectiveness of product descriptions in providing the information consumers need. The findings reveal that product descriptions on Shopee play a significant role in shaping consumer perceptions of product quality and authenticity. Elements such as clarity of information, completeness of product details, and persuasive language were shown to influence purchase intention. Therefore, product descriptions serve not only as visual complements but also as a strategic communication tool between sellers and buyers.

Keywords: E-Commerce, Informational Media, Product Description, Purchase Decision, Shopee.

**DESKRIPSI PRODUK PADA *E-COMMERCE* SHOPEE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI BISNIS BAGI KONSUMEN ONLINE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN)**

Dio Jolyen Axsal
Universitas Sumatera selatan
dioxx57@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis deskripsi produk pada platform e-commerce **Shopee** sebagai media informasi bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Di era digital saat ini, informasi produk tidak lagi diperoleh secara langsung, melainkan melalui media daring yang bersifat visual dan tekstual. Deskripsi produk menjadi salah satu elemen penting dalam menyampaikan informasi yang akurat, menarik, dan meyakinkan bagi calon pembeli. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan **kualitatif deskriptif**, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna aktif Shopee. Responden dipilih dengan teknik purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat sejauh mana efektivitas deskripsi produk dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deskripsi produk di Shopee memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan keaslian produk. Elemen seperti kejelasan informasi, kelengkapan detail produk, serta gaya bahasa yang persuasif terbukti mempengaruhi minat beli. Dengan demikian, deskripsi produk tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga sebagai sarana komunikasi informasi yang strategis antara penjual dan pembeli.

Kata kunci: Deskripsi Produk, *E-Commerce*, Shopee, Media Informasi, Keputusan Pembelian