

ANALISIS BAHASA IKLAN DI LAMAN DAN APLIKASI TRAVELOKA

Dicky Reza Tanriawan, Dr. Suhartini, S.S., M.A.

Abstrak

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk menganalisis bahasa iklan Traveloka. Traveloka merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran tiket perjalanan yang berasal dari Indonesia. Traveloka dibentuk pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang. Berawal dari mesin pencari tiket pesawat, Traveloka telah berkembang sebagai *platform* penyedia tiket terbesar se-Asia Tenggara. Dari tiket pesawat, kamar hotel, penyewaan kendaraan, hingga tur perjalanan tersedia dalam Traveloka.

Metode penelitian ini menggunakan metode Simak dan catat. Metode Simak dilakukan dengan cara menyimak iklan Traveloka yang ditemukan di laman internet. Iklan traveloka yang ditemukan itu kemudian disimpan dalam bentuk tangkapan layar (*screenshot*) dan dianalisis penggunaan bahasa iklan yang dipergunakan Traveloka.

Berdasarkan hasil penelitian, Traveloka menggunakan gaya bahasa kekinian. Bahasa kekinian itu ditandai dengan penggunaan bahasa gaul, bahasa yang singkat, bahasa yang banyak menggunakan campuran bahasa asing dan bahasa daerah. Penggunaan bahasa kekinian itu dapat membangun kedekatan dengan pelanggan sehingga Traveloka merupakan salah satu laman yang semakin banyak penggunanya.

Kata kunci: bahasa iklan, laman, Traveloka

AN ANALYSIS OF ADVERTISING LANGUAGE ON TRAVELOKA WEBSITES AND APPLICATIONS

Dicky Reza Tanriawan, Dr. Suhartini, S.S., M.A.

Abstract

This Final Project aims to analyze the advertising language of Traveloka websites. Traveloka is a company employed in the marketing of Indonesian-origin travel tickets. In 2012, Ferry Unardi, Derianto Kusuma, and Albert Zhang founded Traveloka. Traveloka, which began as an airline ticket search engine, is now Southeast Asia's largest ticket provider platform. Traveloka offers airline tickets, hotel accommodations, vehicle rentals, and travel excursions.

This research procedure employs the Listen and take notes technique. The Listen method entails listening to Traveloka advertisements displayed on web pages. The discovered Traveloka advertisements were then captured as screenshots and analyzed using Traveloka's advertising language.

Based on the findings of the research, Traveloka employs contemporary language. Modern language is characterized by the use of vernacular, shortened language, and a large number of foreign and regional languages. Applying contemporary language can foster customer intimacy, thereby making Traveloka one of the websites with the highest growth rate.

Keywords: advertising language, page, Traveloka