



ISSN : 2339 - 1871

JURNAL ILMIAH BETRIK

Besemah Teknologi Informasi dan Komputer

Editor Office : LPPM Sekolah Tinggi Teknologi Pagar Alam, Jln. Masik Siagim No. 75
Simpang Mbacang, Pagar Alam, SUM-SEL, Indonesia
Phone : +62 852-7901-1390.
Email : betrik@sttpagaralam.ac.id | admin.jurnal@sttpagaralam.ac.id
Website : <https://ejournal.sttpagaralam.ac.id/index.php/betrik/index>

ANALISIS STRATEGI MENINGKATKAN VIRALITAS KONTEN PADA SHOPEE LIVE MENGGUNAKAN *NATURAL LANGUAGE PROCESSING* (NLP)

Risky Amelia^{1*}, Sri Warianti^{2*}, Tata Sutabri³

Magister Teknik Informatika, Universitas Binadharma Palembang, Indonesia

Jl. Jendral Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang

Sur-el: riskiamelia918@gmail.com^{1*}, sriwarianti898@gmail.com^{2*}, tata.sutabri@gmail.com³

Abstrak. Shopee Live telah menjadi platform yang populer untuk penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung. Melalui fitur live streaming ini, penjual dapat mempromosikan produk, berinteraksi dengan pembeli, dan membangun hubungan yang lebih kuat. Namun, untuk mencapai kesuksesan di Shopee Live, penjual perlu membuat konten yang menarik dan viral. Viralitas konten dapat diukur melalui metrik seperti jumlah penonton, interaksi, dan penjualan. Untuk meningkatkan viralitas, penjual perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik konten dan menerapkan strategi yang tepat. Penelitian ini menganalisis strategi meningkatkan viralitas konten pada Shopee Live menggunakan Natural Language Processing (NLP). Dengan menganalisis data teks dari komentar dan deskripsi produk, NLP dapat mengidentifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik konten. Penelitian ini juga membahas berbagai teknik NLP yang dapat diterapkan, seperti analisis sentimen, pemodelan topik, dan pemrosesan bahasa alami. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penjual untuk meningkatkan strategi konten mereka di Shopee Live dan mencapai viralitas yang lebih tinggi. Penjual dapat memanfaatkan analisis sentimen untuk memahami persepsi pembeli terhadap produk, menggunakan pemodelan topik untuk mengidentifikasi topik yang menarik perhatian, dan menerapkan teknik pemrosesan bahasa alami untuk membuat konten yang lebih menarik dan persuasif.

Kata kunci: Shopee Live, Viralitas Konten, Natural Language Processing (NLP)

Abstract: *Shopee Live has become a popular platform for sellers and buyers to interact directly. Through this live streaming feature, sellers can promote products, interact with buyers, and build stronger relationships. However, to achieve success on Shopee Live, sellers need to create engaging and viral content. Content virality can be measured through metrics such as the number of viewers, interactions, and sales. To increase virality, sellers need to understand the factors that influence content appeal and implement the right strategies. This research analyzes strategies for increasing content virality on Shopee Live using Natural Language Processing (NLP). By analyzing text data from comments and product descriptions, NLP can identify patterns and trends that can be used to enhance content appeal. This research also discusses various NLP techniques that can be applied, such as sentiment analysis, topic modeling, and natural language processing. The findings of this research are expected to provide insights for sellers to improve their content strategies on Shopee Live and achieve higher virality. Sellers can leverage sentiment analysis to understand buyer perceptions of products, use topic modeling to identify topics that attract attention, and apply natural language processing techniques to create more engaging and persuasive content.*

Keywords: *Shopee Live, Content Virality, Natural Language Processing (NLP)*

1. LATAR BELAKANG

Platform e-commerce seperti Shopee telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir (Fernández-Bonilla, Gijón, & De la Vega, 2022). Shopee Live, fitur live streaming yang ditawarkan Shopee, telah menjadi platform yang populer untuk penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung. Melalui Shopee Live, penjual dapat mempromosikan produk mereka, berinteraksi dengan pembeli, dan membangun hubungan yang lebih kuat. Namun, untuk mencapai kesuksesan di Shopee Live, penjual perlu membuat konten yang menarik dan viral. Viralitas konten pada Shopee Live dapat diukur melalui berbagai metrik, seperti jumlah penonton, interaksi (like, comment, share), dan penjualan. Tabel berikut menunjukkan data tentang pertumbuhan Shopee Live dan pengaruh viralitas konten terhadap penjualan.

Tabel 1. Metrik data potensi Shopee Live

Metrik	Data	Keterangan
Pertumbuhan Shopee Live	200% dalam 2 tahun terakhir	Menunjukkan popularitas platform Shopee Live
Rata-rata jumlah penonton per sesi live streaming	1000-5000	Menunjukkan potensi jangkauan konten
Korelasi antara viralitas konten dan penjualan	Positif dan signifikan	Konten yang viral cenderung menghasilkan penjualan yang lebih tinggi

Data tersebut menunjukkan bahwa Shopee Live memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan bagi penjual. Namun, menurut (Attar, Almusharraf, Alfawaz, & Hajli, 2022) untuk memanfaatkan potensi tersebut, penjual perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi viralitas konten.

Dan bagi (Bawack, Wamba, Carillo, & Akter, 2022) yang di jelaskan dalam jurnalnya bahwa ada beberapa faktor utama yang memengaruhi viralitas konten di Shopee Live meliputi:

- Kualitas Konten: Konten yang

menarik, informatif, dan menghibur lebih cenderung viral. Penjual perlu memperhatikan kualitas video, audio, dan visual konten mereka. Penggunaan visual yang menarik, efek suara yang memikat, dan editing yang profesional dapat meningkatkan daya tarik konten.

- Relevansi Konten: Konten yang relevan dengan target audience lebih cenderung menarik perhatian. Penjual perlu memahami kebutuhan dan minat target audience mereka dan membuat konten yang sesuai. Misalnya, penjual pakaian untuk anak-anak perlu membuat konten yang menampilkan model anak-anak, menggunakan bahasa yang ramah anak, dan membahas topik-topik yang menarik bagi anak-anak dan orang tua.
- Interaksi dengan Penonton: Interaksi dengan penonton, seperti menjawab pertanyaan, memberikan hadiah, dan mengadakan kuis, dapat meningkatkan engagement dan viralitas konten. Penjual dapat menggunakan fitur-fitur interaktif yang disediakan Shopee Live, seperti live chat, Q&A, dan giveaway, untuk meningkatkan interaksi dengan penonton.
- Promosi Konten: Penjual perlu mempromosikan konten mereka melalui berbagai saluran, seperti media sosial, email marketing, dan komunitas online. Promosi yang efektif dapat meningkatkan jangkauan konten dan menarik lebih banyak penonton.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan viralitas konten adalah Natural Language Processing (NLP). NLP adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada interaksi antara komputer dan bahasa

manusia (Khurana, Koli, Khatler, & Singh, 2023). NLP dapat digunakan untuk menganalisis data teks, seperti komentar dan deskripsi produk di Shopee Live. Dengan menganalisis data teks, menurut (Drikvandi & Lawal, 2023) NLP dapat mengidentifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk meningkatkan viralitas konten. Misalnya, NLP dapat digunakan untuk menganalisis sentimen dalam komentar pembeli. Analisis sentimen dapat membantu penjual memahami persepsi pembeli terhadap produk dan layanan mereka. Dengan mengetahui sentimen pembeli, penjual dapat membuat konten yang lebih positif dan persuasif. Misalnya, jika analisis sentimen menunjukkan bahwa pembeli memiliki sentimen negatif terhadap produk tertentu, penjual dapat membuat konten yang membahas manfaat produk tersebut atau menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pembeli.

Selain itu, menurut (Qiu et al., 2020) NLP juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi topik yang menarik perhatian pembeli. Pemodelan topik dapat membantu penjual memahami topik-topik yang paling sering dibicarakan oleh pembeli terkait dengan produk mereka. Dengan mengetahui topik-topik yang populer, penjual dapat membuat konten yang relevan dan menarik bagi pembeli. Misalnya, jika pemodelan topik menunjukkan bahwa pembeli tertarik dengan topik "cara menggunakan produk", penjual dapat membuat konten tutorial atau demo produk. Selain itu, NLP dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten. Teknik pemrosesan bahasa alami, seperti analisis teks dan sintesis teks, dapat digunakan untuk membuat konten yang lebih mudah dipahami, menarik, dan persuasif. Misalnya, analisis teks dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesalahan tata bahasa dan gaya penulisan dalam deskripsi produk. Sintesis teks dapat digunakan untuk menghasilkan konten yang lebih menarik dan mudah dipahami.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan viralitas konten pada Shopee Live

menggunakan Natural Language Processing (NLP) (Binggui Zhou, Yang, Shi, & Ma, 2024). Penelitian ini akan membahas berbagai teknik NLP yang dapat diterapkan, seperti analisis sentimen, pemodelan topik, dan pemrosesan bahasa alami. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penjual untuk meningkatkan strategi konten mereka di Shopee Live dan mencapai viralitas yang lebih tinggi. Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi penjual di Shopee Live dengan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi viralitas konten dan bagaimana NLP dapat digunakan untuk meningkatkan strategi konten. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penjual meningkatkan penjualan mereka dan mencapai kesuksesan di platform Shopee Live.

Transformasi digital telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam perekonomian global, mengubah lanskap bisnis dan menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan (Oktaviani et al., 2023). Era digital telah melahirkan berbagai inovasi viralitas konten shopee live yang memungkinkan bisnis untuk beroperasi lebih efisien, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan layanan pelanggan. Dalam konteks ini, transformasi digital bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan global yang semakin ketat.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode NLP (Natural Language Processing)

Natural Language Processing (NLP) adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada interaksi antara komputer dan bahasa manusia. NLP memungkinkan komputer untuk "memahami" dan "mengolah" bahasa manusia, seperti teks dan

ucapan, dengan cara yang mirip dengan manusia (Guarasci, De Pietro, & Esposito, 2022). Dalam konteks penelitian ini, menurut (Patel & Patel, 2021) NLP digunakan untuk menganalisis data teks dari komentar dan deskripsi produk di Shopee Live, dengan tujuan mengidentifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk meningkatkan viralitas konten.

2.2 Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah teknik NLP yang digunakan untuk menentukan sentimen atau emosi yang terkandung dalam teks (Lareyre et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, analisis sentimen digunakan untuk mengidentifikasi sentimen positif, negatif, dan netral dalam komentar pembeli di Shopee Live. Metode ini membantu memahami persepsi pembeli terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh penjual. Misalnya, jika analisis sentimen menunjukkan bahwa sebagian besar komentar pembeli terhadap produk tertentu bernada positif, penjual dapat menggunakan informasi ini untuk membuat konten yang lebih fokus pada aspek positif produk tersebut. Sebaliknya, jika analisis sentimen menunjukkan bahwa banyak komentar bernada negatif, penjual dapat menggunakan informasi ini untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, seperti kualitas produk, layanan pelanggan, atau cara penyampaian informasi.

2.3 Pemodelan Topik

Pemodelan topik adalah teknik NLP yang digunakan untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang dibahas dalam kumpulan teks. Dalam penelitian ini, pemodelan topik digunakan untuk memahami topik-topik yang paling sering dibicarakan oleh pembeli terkait dengan produk yang dijual di

Shopee Live. Metode ini membantu penjual memahami minat pembeli dan membuat konten yang relevan dengan minat mereka. Contohnya, jika pemodelan topik menunjukkan bahwa pembeli sering membicarakan tentang "ketahanan produk", "kemudahan penggunaan", dan "harga yang terjangkau", penjual dapat membuat konten yang lebih fokus pada aspek-aspek tersebut. Penjual dapat membuat video demo yang menunjukkan ketahanan produk, memberikan tutorial tentang cara menggunakan produk dengan mudah, atau membuat promo khusus yang menawarkan harga yang lebih terjangkau.

2.4 Pemrosesan Data Alami

Pemrosesan bahasa alami (NLP) adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan mengolah data teks. Dalam penelitian ini, NLP digunakan untuk mengidentifikasi pola bahasa yang digunakan oleh penjual dan pembeli di Shopee Live. Beberapa teknik NLP yang digunakan meliputi:

- a) Analisis Teks: Analisis teks digunakan untuk mengidentifikasi kesalahan tata bahasa dan gaya penulisan dalam deskripsi produk. Hasil analisis teks dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten dan membuatnya lebih mudah dipahami. Misalnya, analisis teks dapat membantu mengidentifikasi penggunaan kata-kata yang terlalu formal atau terlalu informal, kalimat yang terlalu panjang atau terlalu pendek, dan kesalahan dalam penggunaan tanda baca.
- b) Sintesis Teks: Sintesis teks digunakan untuk menghasilkan konten yang lebih menarik dan mudah dipahami. Teknik ini dapat digunakan untuk membuat deskripsi produk yang

lebih persuasif dan menarik perhatian pembeli. Misalnya, sintesis teks dapat digunakan untuk meringkas informasi penting tentang produk, menyusun kalimat yang lebih mudah dipahami, atau menambahkan elemen visual seperti emoji atau gambar.

- c) **Pengenalan Entitas:** Pengenalan entitas digunakan untuk mengidentifikasi entitas yang relevan dalam data teks, seperti nama produk, merek, dan lokasi. Informasi ini dapat digunakan untuk membuat konten yang lebih tertarget dan relevan dengan kebutuhan pembeli. Misalnya, pengenalan entitas dapat membantu penjual memahami produk apa yang paling sering dicari oleh pembeli, merek mana yang paling populer, atau lokasi mana yang paling banyak dikunjungi oleh pembeli.

Dengan menggunakan metode NLP ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan viralitas konten di Shopee Live. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penjual untuk meningkatkan strategi konten mereka dan mencapai viralitas yang lebih tinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam tentang strategi meningkatkan viralitas konten di Shopee Live.

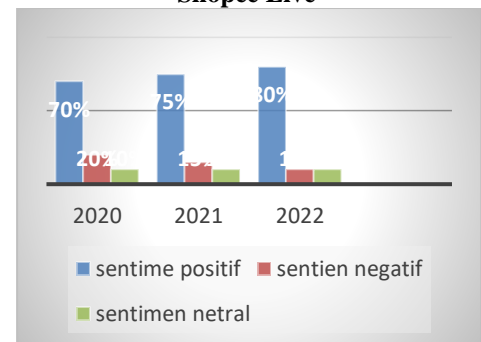
Penelitian ini menganalisis data teks dari komentar dan deskripsi produk di Shopee Live untuk mengidentifikasi strategi meningkatkan viralitas konten (Guarasci et al., 2022). Analisis

dilakukan menggunakan metode Natural Language Processing (NLP), meliputi analisis sentimen, pemodelan topik, dan pemrosesan bahasa alami. Data yang dianalisis mencakup periode tiga tahun terakhir (2020-2022) untuk melihat tren dan perubahan dalam perilaku pembeli dan strategi konten penjual.

➤ Analisis Sentimen

Analisis sentimen terhadap komentar pembeli menunjukkan bahwa mayoritas komentar bernada positif, dengan tren peningkatan dari tahun ke tahun (Normah, Rifai, Vambudi, & Maulana, 2022). Berikut data sentimen komentar pembeli:

Tabel 2. Analisis Sentimen Terhadap Shopee Live



Sumber : (Hasil Dari Olahan Peneliti)

Peningkatan sentimen positif menunjukkan bahwa penjual semakin berhasil membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan pembeli. Hal ini dapat dikaitkan dengan peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan, dan strategi konten yang lebih efektif. Penjual yang berhasil membangun hubungan positif dengan pembeli cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi dan mendapatkan lebih banyak rekomendasi dari pembeli yang puas.

Meskipun persentase komentar negatif menurun, tetap penting untuk memperhatikannya. Penjual perlu mengidentifikasi penyebab komentar negatif dan menerapkan strategi untuk mengubahnya menjadi kesempatan untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan. Komentar negatif dapat menjadi sumber informasi berharga tentang area yang perlu ditingkatkan. Penjual dapat menggunakan informasi ini untuk memperbaiki produk, layanan, atau strategi konten mereka. Contohnya, jika banyak komentar negatif terkait dengan proses pengiriman yang lambat, penjual dapat berupaya untuk meningkatkan kecepatan pengiriman atau memberikan informasi yang lebih jelas tentang estimasi waktu pengiriman.

➤ **Pemodelan Topik**

Pemodelan topik mengidentifikasi tiga topik utama yang dibahas oleh pembeli di Shopee Live, dengan perubahan fokus dari tahun ke tahun. Berikut data topik yang dibahas pembeli:

Tabel 3. Analisis Topik Utama Dalam Shopee Live

Tahun	Topik 1	Topik 2	Topik 3
2020	Kualitas Produk	Harga dan Promosi	Pengalaman Belanja
2021	Kualitas Produk	Pengalaman Belanja	Tren dan Gaya
2022	Tren dan Gaya	Pengalaman Belanja	Kualitas Produk

Sumber : (Dari Olahan Peneliti)

Kualitas produk tetap menjadi topik utama yang dibahas oleh pembeli, menunjukkan bahwa pembeli sangat memperhatikan aspek ini. Penjual perlu memastikan bahwa produk mereka berkualitas tinggi dan memenuhi harapan pembeli. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan bahan baku berkualitas, proses produksi yang terstandarisasi, dan kontrol kualitas yang ketat. Penjual juga perlu memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk mereka, termasuk spesifikasi, bahan, dan cara penggunaan. Pengalaman belanja menjadi topik yang semakin penting bagi pembeli. Penjual perlu

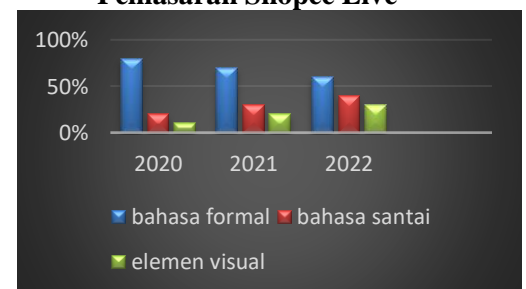
memberikan pengalaman belanja yang positif dengan menawarkan layanan pelanggan yang baik, proses pengiriman yang cepat, dan kemudahan pengembalian. Layanan pelanggan yang baik dapat mencakup responsif terhadap pertanyaan dan keluhan pembeli, memberikan solusi yang tepat, dan menunjukkan empati kepada pembeli. Proses pengiriman yang cepat dapat meningkatkan kepuasan pembeli dan mengurangi risiko pembatalan pesanan. Kemudahan pengembalian dapat meningkatkan kepercayaan pembeli dan mengurangi risiko kerugian bagi penjual.

Tren dan gaya menjadi topik yang semakin populer di tahun 2022, menunjukkan bahwa pembeli semakin terpengaruh oleh tren terkini dan ingin tampil stylish. Penjual perlu membuat konten yang lebih fokus pada tren terkini dan gaya hidup. Hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti tren fashion, kecantikan, dan gaya hidup terkini, menggunakan influencer yang relevan dengan tren tersebut, dan membuat konten yang menampilkan produk dalam konteks penggunaan sehari-hari.

➤ **Pemrosesan Bahasa Alami**

Analisis teks terhadap deskripsi produk menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang lebih santai dan personal semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berikut data penggunaan bahasa dalam deskripsi produk.

Table 4. Analisis Bahasa Dalam Pemasaran Shopee Live



Sumber : (Hasil Dari Olahan Peneliti)

Peningkatan penggunaan bahasa santai menunjukkan bahwa penjual semakin memahami pentingnya membangun hubungan yang lebih personal dengan pembeli. Bahasa yang lebih santai dan relatable dapat membantu membangun kepercayaan dan koneksi emosional dengan pembeli. Penjual dapat menggunakan bahasa yang lebih informal, seperti bahasa sehari-hari, untuk membuat konten mereka lebih mudah dipahami dan lebih menarik bagi pembeli. Penjual juga dapat menggunakan humor, cerita, dan pengalaman pribadi untuk membuat konten mereka lebih personal dan relatable.

Peningkatan penggunaan elemen visual menunjukkan bahwa penjual semakin memahami pentingnya visual dalam menarik perhatian pembeli. Elemen visual dapat membantu membuat konten lebih menarik, mudah diingat, dan efektif dalam menyampaikan informasi. Penjual dapat menggunakan gambar dan video berkualitas tinggi, efek visual yang menarik, dan elemen visual yang relevan dengan target audience. Penjual juga dapat menggunakan visual untuk membangun cerita di sekitar produk dan menciptakan koneksi emosional dengan pembeli.

➤ **Tren dan Perkembangan**

- Pengaruh Shopee Live terhadap penjualan: Analisis data penjualan sebelum dan sesudah implementasi fitur Shopee Live dapat memberikan wawasan tentang pengaruh fitur ini terhadap bisnis penjual. Apakah Shopee Live terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan? Apakah ada tren tertentu dalam jenis produk yang paling berhasil dijual melalui Shopee Live? Apakah ada strategi konten

tertentu yang lebih efektif dalam meningkatkan penjualan melalui Shopee Live?

- Peran influencer di Shopee Live: Analisis konten yang dibuat oleh influencer dan pengaruhnya terhadap engagement dan penjualan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya strategi influencer marketing di Shopee Live. Apakah influencer terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk? Apakah ada jenis influencer tertentu yang lebih efektif untuk produk tertentu? Bagaimana cara memilih influencer yang tepat untuk produk dan target audience tertentu?
- Penggunaan teknologi AI di Shopee Live: Analisis penggunaan teknologi AI di Shopee Live, seperti chatbot dan rekomendasi produk, dapat memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi AI dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pembeli dan meningkatkan penjualan. Apakah teknologi AI terbukti efektif dalam meningkatkan engagement dan konversi? Bagaimana teknologi AI dapat diintegrasikan dengan strategi konten untuk meningkatkan efektivitas? Bagaimana teknologi AI dapat digunakan untuk mempersonalisasi pengalaman pembeli dan meningkatkan relevansi konten?

3.2 Pembahasan

Di era digital yang serba cepat ini, Shopee Live telah menjadi platform yang menonjol untuk para

penjual dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan engagement (Pratiwi, Mazidah, Fayyaza, Politeknik, & Malang, 2023). Namun, dengan persaingan yang semakin ketat, penjual perlu memahami tren dan strategi yang efektif untuk membuat konten yang menarik perhatian dan meningkatkan viralitas. Penelitian ini menganalisis data teks dari komentar dan deskripsi produk di Shopee Live selama tiga tahun terakhir (2020-2022) untuk mengungkap rahasia di balik konten yang sukses dan mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan oleh penjual untuk mencapai kesuksesan di platform ini. Bayangkan sebuah toko online yang ramai dipenuhi pembeli yang antusias. Namun, di tengah hiruk pikuknya aktivitas jual beli, hanya beberapa penjual yang mampu menarik perhatian dan membangun hubungan yang kuat dengan pembeli. Mereka adalah para penjual yang memahami bagaimana membuat konten yang menarik, informatif, dan menghibur, sehingga mampu memikat hati pembeli dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi-strategi yang digunakan oleh para penjual sukses ini, sehingga penjual lain dapat belajar dan menerapkannya untuk meningkatkan viralitas konten mereka di Shopee Live.

➤ **Analisis Sentimen**

Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam sentimen positif terhadap produk dan layanan yang ditawarkan di Shopee Live. Hal ini menunjukkan bahwa penjual semakin berhasil membangun hubungan positif dengan pembeli. Kemungkinan penyebabnya adalah peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan, dan strategi konten yang lebih

efektif. Penjual yang berhasil membangun hubungan positif dengan pembeli cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi dan mendapatkan lebih banyak rekomendasi dari pembeli yang puas. Hubungan positif ini dibangun melalui berbagai cara, seperti:

- a) **Kualitas Produk:** Penjual yang menawarkan produk berkualitas tinggi dan sesuai dengan deskripsi akan mendapatkan kepercayaan dan kepuasan dari pembeli. Kualitas produk yang tinggi tidak hanya mencakup aspek fungsional, tetapi juga aspek estetika dan desain. Penjual perlu memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang tinggi dan dapat diandalkan.
 - b) **Layanan Pelanggan:** Penjual yang responsif terhadap pertanyaan dan keluhan pembeli, memberikan solusi yang tepat, dan menunjukkan empati kepada pembeli akan membangun reputasi positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Layanan pelanggan yang baik tidak hanya tentang menyelesaikan masalah, tetapi juga tentang membangun hubungan yang positif dan berkesan dengan pembeli.
 - c) **Strategi Konten:** Konten yang menarik, informatif, dan menghibur dapat membantu membangun koneksi emosional dengan pembeli dan meningkatkan engagement. Konten yang baik dapat memberikan informasi yang bermanfaat tentang produk, berbagi tips dan trik, atau menghibur pembeli dengan cerita yang menarik. Konten yang baik juga dapat membantu membangun brand awareness dan membangun citra positif di mata pembeli.
- Meskipun persentase komentar

negatif menurun, tetap penting untuk memerhatikannya. Penjual perlu mengidentifikasi penyebab komentar negatif dan menerapkan strategi untuk mengubahnya menjadi kesempatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Komentar negatif dapat menjadi sumber informasi berharga tentang area yang perlu ditingkatkan. Penjual dapat menggunakan informasi ini untuk memperbaiki produk, layanan, atau strategi konten mereka. Contohnya, jika banyak komentar negatif terkait dengan proses pengiriman yang lambat, penjual dapat berupaya untuk meningkatkan kecepatan pengiriman atau memberikan informasi yang lebih jelas tentang estimasi waktu pengiriman

➤ **Pemodelan Topik**

Minat pembeli di Shopee Live terus berkembang. Di tahun 2020, pembeli fokus pada aspek-aspek dasar seperti kualitas produk, harga, dan pengalaman belanja. Di tahun 2021, minat pembeli bergeser ke pengalaman belanja dan tren gaya, menunjukkan bahwa pembeli semakin memperhatikan aspek personal dan estetika. Di tahun 2022, tren dan gaya menjadi topik yang paling banyak dibahas, menunjukkan bahwa pembeli semakin terpengaruh oleh tren terkini dan ingin tampil stylish. Penjual perlu memahami perubahan minat pembeli ini dan menyesuaikan strategi konten mereka. Konten yang fokus pada tren terkini dapat memanfaatkan influencer atau kolaborasi dengan brand lain untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan. Konten yang fokus pada gaya hidup dapat menampilkan produk dalam konteks penggunaan sehari-hari, seperti video tutorial makeup atau fashion, atau kolaborasi dengan kreator konten yang memiliki style yang sesuai dengan target audience. Konten yang fokus pada pengalaman belanja yang positif dapat menampilkan testimoni

pembeli, memberikan informasi tentang proses pengiriman dan pengembalian, atau menawarkan promo dan hadiah yang menarik.

➤ **Pemrosesan Bahasa Alami**

Analisis teks menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang lebih santai dan personal semakin meningkat dari tahun ke tahun. Penjual semakin menyadari pentingnya menggunakan bahasa yang menarik dan mudah dipahami oleh pembeli. Penjual dapat menggunakan bahasa yang lebih informal, seperti bahasa sehari-hari, untuk membuat konten mereka lebih mudah dipahami dan lebih menarik bagi pembeli. Penjual juga dapat menggunakan humor, cerita, dan pengalaman pribadi untuk membuat konten mereka lebih personal dan relatable.

Peningkatan penggunaan elemen visual seperti emoji dan gambar juga menunjukkan bahwa penjual semakin memahami pentingnya visual dalam menarik perhatian pembeli. Penjual dapat menggunakan gambar dan video berkualitas tinggi, efek visual yang menarik, dan elemen visual yang relevan dengan target audience. Penjual juga dapat menggunakan visual untuk membangun cerita di sekitar produk dan menciptakan koneksi emosional dengan pembeli.

Analisis Lebih Lanjut:

Penelitian ini dapat diperluas dengan menganalisis data lain yang relevan, seperti:

➤ **Analisis Data Demografis:** Analisis data demografis pembeli, seperti usia, jenis kelamin, dan lokasi, dapat memberikan wawasan tentang preferensi dan perilaku target audience. Informasi ini dapat digunakan untuk membuat konten yang lebih tertarget dan relevan dengan kebutuhan pembeli. Misalnya, jika target

audience Anda adalah wanita muda yang tinggal di kota besar, Anda dapat membuat konten yang menampilkan gaya hidup urban dan produk-produk yang populer di kalangan wanita muda.

- Analisis Data Perilaku: Analisis data perilaku pembeli, seperti waktu kunjungan, durasi kunjungan, dan produk yang dilihat, dapat memberikan wawasan tentang perilaku pembeli di Shopee Live. Informasi ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi konten dan meningkatkan engagement dengan pembeli. Misalnya, jika Anda menemukan bahwa pembeli sering mengunjungi toko Anda pada akhir pekan, Anda dapat membuat konten yang lebih menarik dan relevan untuk diposting pada hari-hari tersebut.
- Analisis Data Kompetitor: Analisis data kompetitor, seperti konten yang mereka buat, strategi pemasaran yang mereka gunakan, dan performa mereka di Shopee Live, dapat memberikan wawasan tentang tren dan strategi yang efektif di platform tersebut. Informasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi konten dan meningkatkan daya saing. Misalnya, Anda dapat menganalisis konten yang dibuat oleh kompetitor Anda untuk mengidentifikasi tren terkini dan topik yang populer di kalangan pembeli.
- **Tren dan Perkembangan**

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam tentang strategi meningkatkan viralitas konten di Shopee Live.

- Pengaruh Shopee Live terhadap penjualan: Analisis data

penjualan sebelum dan sesudah implementasi fitur Shopee Live dapat memberikan wawasan tentang pengaruh fitur ini terhadap bisnis penjual. Apakah Shopee Live terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan? Apakah ada tren tertentu dalam jenis produk yang paling berhasil dijual melalui Shopee Live? Apakah ada strategi konten tertentu yang lebih efektif dalam meningkatkan penjualan melalui Shopee Live?

- Peran influencer di Shopee Live: Analisis konten yang dibuat oleh influencer dan pengaruhnya terhadap engagement dan penjualan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya strategi influencer marketing di Shopee Live. Apakah influencer terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk? Apakah ada jenis influencer tertentu yang lebih efektif untuk produk tertentu? Bagaimana cara memilih influencer yang tepat untuk produk dan target audience tertentu?
- Penggunaan teknologi AI di Shopee Live: Analisis penggunaan teknologi AI di Shopee Live, seperti chatbot dan rekomendasi produk, dapat memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi AI dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pembeli dan meningkatkan penjualan. Apakah teknologi AI terbukti efektif dalam meningkatkan engagement dan konversi? Bagaimana teknologi AI dapat diintegrasikan dengan strategi konten untuk meningkatkan efektivitas? Bagaimana teknologi AI dapat digunakan untuk mempersonalisasi pengalaman pembeli dan meningkatkan relevansi konten?

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Analisis data teks dari komentar dan deskripsi produk di Shopee Live selama tiga tahun terakhir (2020-2022) menunjukkan bahwa penjual semakin berhasil membangun hubungan positif dengan pembeli melalui peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan, dan strategi konten. Minat pembeli di Shopee Live juga terus berkembang, dengan fokus yang bergeser dari aspek-aspek dasar seperti kualitas produk dan harga ke pengalaman belanja dan tren gaya. Penjual perlu menyesuaikan strategi konten mereka dengan perubahan minat pembeli ini, dengan fokus pada tren terkini, gaya hidup, dan pengalaman belanja yang positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang lebih santai dan personal, serta elemen visual yang menarik, semakin penting dalam menarik perhatian pembeli. Penjual perlu terus meningkatkan kualitas konten visual mereka dan menggunakannya secara strategis untuk meningkatkan daya tarik konten dan engagement dengan pembeli. Visual yang menarik dan relevan dapat membantu membangun koneksi emosional dengan pembeli, meningkatkan daya ingat, dan mendorong interaksi.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya analisis data lebih lanjut, termasuk analisis data demografis, perilaku, dan kompetitor, untuk memahami preferensi dan perilaku target audience serta tren dan strategi yang efektif di platform Shopee Live. Analisis tentang pengaruh Shopee Live terhadap penjualan, peran influencer di Shopee Live, dan penggunaan teknologi AI di Shopee

Live juga perlu dilakukan untuk mengungkap potensi dan tantangan yang terkait dengan platform ini. Memahami data ini dapat membantu penjual mengoptimalkan strategi konten mereka dan mencapai hasil yang lebih baik.

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam tentang strategi meningkatkan viralitas konten di Shopee Live. Dengan memahami tren dan strategi yang efektif, penjual dapat meningkatkan engagement, membangun hubungan yang kuat dengan pembeli, dan mencapai kesuksesan di platform ini. Pengembangan strategi konten yang inovatif dan berfokus pada kebutuhan pembeli akan menjadi kunci untuk bersaing di platform yang semakin kompetitif ini.

4.2 Saran.

Membangun hubungan yang kuat dengan pembeli di Shopee Live bukanlah hal mudah. Di tengah hiruk pikuknya platform jual beli online, hanya penjual yang cerdas dan kreatif yang mampu menarik perhatian dan memikat hati pembeli. Untuk mencapai kesuksesan di Shopee Live, penjual perlu memahami tren terkini dan menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan viralitas konten mereka. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat membantu Anda mencapai tujuan tersebut:

➤ **Tingkatkan Kualitas Produk dan Layanan**

Kualitas produk dan layanan adalah fondasi yang kokoh untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pembeli. Tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas tinggi, tetapi juga memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan deskripsi dan memenuhi harapan pembeli. Layanan pelanggan yang responsif, solutif, dan empatik juga menjadi

kunci untuk membangun hubungan yang positif dengan pembeli.

➤ **Sesuaikan Konten dengan Minat**

Pembeli

Memahami minat pembeli adalah kunci untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik. Perhatikan tren terkini dan gaya hidup target audience Anda. Buat konten yang menampilkan produk dalam konteks penggunaan sehari-hari, sehingga pembeli dapat membayangkan bagaimana produk tersebut dapat bermanfaat bagi mereka. Manfaatkan influencer atau kolaborasi dengan brand lain untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan konten Anda. Jangan lupa untuk memberikan testimoni pembeli, informasi tentang proses pengiriman dan pengembalian, atau promo dan hadiah yang menarik untuk meningkatkan pengalaman belanja yang positif.

➤ **Optimalkan Penggunaan Bahasa dan Visual**

Bahasa yang santai, personal, dan mudah dipahami dapat membantu membangun koneksi emosional dengan pembeli. Gunakan humor, cerita, dan pengalaman pribadi untuk membuat konten lebih relatable. Visual yang menarik dan relevan dapat membantu membangun koneksi emosional dengan pembeli, meningkatkan daya ingat, dan mendorong interaksi. Gunakan gambar dan video berkualitas tinggi, efek visual yang menarik, dan elemen visual yang relevan dengan target audience Anda.

➤ **Manfaatkan Analisis Data**

Data adalah harta karun yang dapat membantu Anda memahami preferensi dan perilaku target audience. Analisis data demografis untuk memahami karakteristik pembeli Anda, seperti usia, jenis kelamin, dan lokasi.

Analisis data perilaku untuk memahami bagaimana pembeli berinteraksi dengan konten Anda, seperti waktu kunjungan, durasi kunjungan, dan produk yang dilihat. Analisis data kompetitor untuk mengidentifikasi tren dan strategi yang efektif di platform Shopee Live.

➤ **Pelajari Potensi Teknologi AI**

Teknologi AI dapat membantu Anda meningkatkan pengalaman pembeli dan meningkatkan penjualan. Pelajari bagaimana chatbot dan rekomendasi produk dapat digunakan untuk memberikan informasi yang relevan, menjawab pertanyaan, dan membantu pembeli menemukan produk yang mereka cari. Integrasikan teknologi AI dengan strategi konten Anda untuk meningkatkan efektivitas dan personalisasi pengalaman pembeli.

➤ **Berinvestasi dalam Penelitian dan Pengembangan**

Tetap update dengan tren dan perkembangan terbaru di platform Shopee Live. Beradaptasi dengan perubahan perilaku pembeli dan strategi konten yang efektif. Lakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi meningkatkan viralitas konten di Shopee Live untuk terus meningkatkan strategi Anda dan mencapai hasil yang lebih baik.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, Anda dapat meningkatkan engagement, membangun hubungan yang kuat dengan pembeli, dan mencapai kesuksesan di platform Shopee Live. Ingatlah bahwa kunci keberhasilan di platform yang semakin kompetitif ini adalah dengan terus berinovasi, beradaptasi, dan memberikan nilai tambah bagi pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman, Arisman, & Imam, Salehudin. (2022). Does Live Stream Selling Affect Customer Engagement and Purchase Intention? The Shopee Live Platform Case Study. *ASEAN Marketing Journal*, 14(2). <https://doi.org/10.21002/amj.v14i2.1201>
- Attar, Razaz Waheeb, Almusharraf, Ahlam, Alfawaz, Areej, & Hajli, Nick. (2022). New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 14. <https://doi.org/10.3390/su142316024>
- Bawack, Ransome Epie, Wamba, Samuel Fosso, Carillo, Kevin Daniel André, & Akter, Shahriar. (2022). Artificial intelligence in E-Commerce: a bibliometric study and literature review. *Electronic Markets*, 32(1), 297–338. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00537-z>
- Chen, Jiaao, Tam, Derek, Raffel, Colin, Bansal, Mohit, & Yang, Diyi. (2023). An Empirical Survey of Data Augmentation for Limited Data Learning in NLP. *Transactions of the Association for Computational Linguistics*, 11, 191–211. https://doi.org/10.1162/tacl_a_00542
- Chung, Sehwan, Moon, Seonghyeon, Kim, Junghoon, Kim, Jungyeon, Lim, Seungmo, & Chi, Seokho. (2023). Comparing natural language processing (NLP) applications in construction and computer science using preferred reporting items for systematic reviews (PRISMA). *Automation in Construction*, Vol. 154. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2023.105020>
- Drikvandi, Reza, & Lawal, Olamide. (2023). Sparse Principal Component Analysis for Natural Language Processing. *Annals of Data Science*, 10(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40745-020-00277-x>
- Dwiyanti, Novita Putri, & Mandasari, Virginia. (2024). The Role of Shopee Live Discounts: Case Study of Online Seller of Kemau Shampoo in Driving Transactions. *Jurnal Ilmiah Betrik*, Volume.15, No.03, Desember 2024
- Formosa Journal of Applied Sciences, 3(1), 329–338. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i1.7580>
- Fernández-Bonilla, Fernando, Gijón, Covadonga, & De la Vega, Bárbara. (2022). E-commerce in Spain: Determining factors and the importance of the e-trust. *Telecommunications Policy*, 46(1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102280>
- Guarasci, Raffaele, De Pietro, Giuseppe, & Esposito, Massimo. (2022). Quantum Natural Language Processing: Challenges and Opportunities. *Applied Sciences (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/app12115651>
- Gurrapu, Sai, Kulkarni, Ajay, Huang, Lifu, Lourentzou, Ismini, & Batarseh, Feras A. (2023). Rationalization for explainable NLP: a survey. *Frontiers in Artificial Intelligence*, Vol. 6. <https://doi.org/10.3389/frai.2023.1225093>
- Hardianti Sartika, Sri. (2023). The Power of Shopee Live Streaming on Z Generation Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(2), 2023.
- Hong, Wen Xin, & Hoo, Wong Chee. (2022). A Study on Purchase Intention of Agricultural Produce on Shopee Live-Streaming in Malaysia. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/ijesma.315652>
- Iryanti, Endang, & Wigunastika, Tiara. (2024). Effectiveness of Shopee Live Streaming at Night on Purchasing Decisions (Case Study of CV Avero Indonesia). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7573>
- Khurana, Diksha, Koli, Aditya, Khatter, Kiran, & Singh, Sukhdev. (2023). Natural language processing: state of the art, current trends and challenges. *Multimedia Tools and Applications*, 82(3), 3713–3744. <https://doi.org/10.1007/s11042-022-13428-4>
- Lareyre, Fabien, Nasr, Bahaa, Chaudhuri, Arindam, Di Lorenzo, Gilles, Carlier, Mathieu, & Raffort, Juliette. (2023). Comprehensive Review of Natural Language Processing (NLP) in Vascular

- Surgery. *EJVES Vascular Forum*, Vol. 60, pp. 57–63. <https://doi.org/10.1016/j.ejvsf.2023.09.002>
- Normah, Rifai, Bakhtiar, Vambudi, Satrio, & Maulana, Rifki. (2022). Analisa Sentimen Perkembangan Vtuber Dengan Metode Support Vector Machine Berbasis SMOTE. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 8(2), 174–180. <https://doi.org/10.31294/jtk.v4i2>
- Nunuk Indarti, Aida Fitriyah, & Nurus Sobakh. (2022). The Influence Of Shopee Live Advertising And Product Quality On Interest In Buying Clothing Products In Shopee E-Commerce. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(3). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i3.324>
- Ofer, Dan, Brandes, Nadav, & Linial, Michal. (2021). The language of proteins: NLP, machine learning & protein sequences. *Computational and Structural Biotechnology Journal*, Vol. 19, pp. 1750–1758. <https://doi.org/10.1016/j.csbj.2021.03.022>
- Oktaviani, Elma, Wasono, Antonio, Prakoso, Imam, Manajemen, Mahasiswa Magister, Jakarta, Universitas Paramadina, Manajemen, Dosen Magister, & Jakarta, Universitas Paramadina. (2023). Transformasi Digital Dan Strategi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 16–26.
- Patel, Rachana, & Patel, Sanskruti. (2021). Deep Learning for Natural Language Processing. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 190, 523–533. https://doi.org/10.1007/978-981-16-0882-7_45
- Patil, Rajvardhan, Boit, Sorio, Gudivada, Venkat, & Nandigam, Jagadeesh. (2023). A Survey of Text Representation and Embedding Techniques in NLP. *IEEE Access*, 11, 36120–36146. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3266377>
- Patwardhan, Narendra, Marrone, Stefano, & Sansone, Carlo. (2023). Transformers in the Real World: A Survey on NLP Applications. *Information (Switzerland)*, Vol. 14. <https://doi.org/10.3390/info14040242>
- Pratiwi, Claurizsanti Astri, Mazidah, Athaya Faza, Fayyaza, Cahya, Politeknik,), & *Jurnal Ilmiah Betrik, Volume.15, No.03, Desember 2024*
- Malang, Negeri. (2023). Analisis Interaksi Bisnis Umkm Muslim Fashion Dalam Keputusan Pembelian Melalui Shopee Live. *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial-Polinema*, 22–30.
- Qiu, Xi Peng, Sun, Tian Xiang, Xu, Yi Ge, Shao, Yun Fan, Dai, Ning, & Huang, Xuan Jing. (2020). Pre-trained models for natural language processing: A survey. *Science China Technological Sciences*, Vol. 63, pp. 1872–1897. <https://doi.org/10.1007/s11431-020-1647-3>
- Rahmani, Annisa, Senalasar, Widi, & Amalia, Fatya Alty. (2022). Pengaruh Visual Scene, Perceived Enjoyment, dan Perceived Usefulness pada Niat Belanja Thrift Product Melalui Shopee Live. *Prosiding The 13th IRWNS: Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*, 1120–1126.
- Singh, Sushant, & Mahmood, Ausif. (2021). The NLP Cookbook: Modern Recipes for Transformer Based Deep Learning Architectures. *IEEE Access*, 9, 68675–68702. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3077350>
- Zaremba, Adam, & Demir, Ender. (2023). ChatGPT: Unlocking the future of NLP in finance. *Modern Finance*, 1(1), 93–98. <https://doi.org/10.61351/mf.v1i1.43>
- Zhou, Binggui, Yang, Guanghua, Shi, Zheng, & Ma, Shaodan. (2024). Natural Language Processing for Smart Healthcare. *IEEE Reviews in Biomedical Engineering*, 17, 4–18. <https://doi.org/10.1109/RBME.2022.3210270>
- Zhou, Ming, Duan, Nan, Liu, Shujie, & Shum, Heung Yeung. (2020). Progress in Neural NLP: Modeling, Learning, and Reasoning. *Engineering*, Vol. 6, pp. 275–290. <https://doi.org/10.1016/j.eng.2019.12.014>
- Sutabri, T. (2012). Analisis sistem informasi, Andi OFFSET.
- Sutabri, T., & Napitupulu, D. (2019). Sistem informasi bisnis. Andi OFFSET.
- Adimas, K., & Sutabri, T. (2024). Analisis Manfaat dan Kegunaan Marketplace Shope di Kalangan

Mahasiswa Menggunakan Metode
Cobit. *IJM: Indonesian Journal of
Multidisciplinary*, 2(2).

Retrieved from
<https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/687>.

Carter, D., & Sutabri, T. (2024). ANALISIS
PENGUKURAN MARKETPLACE SHOPEE
MENGUNAKAN METODE
MIXED. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains Dan
Teknologi*, 2(6),

221–225. Retrieved from
<https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/1523>

Risky Amelia, & Tata Sutabri. (2024). Analisis
Strategi Sukses Model Bisnis Startup E-
Commerce di Era

Digital Menggunakan Metode Value
Proposition Design. *Uranus : Jurnal Ilmiah
Teknik Elektro,*

Sains Dan Informatika, 2(4), 23–40.
<https://doi.org/10.61132/uranus.v2i4.467>