

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

ABSTRAK

(A) CHRISTIAN (915150028)

(B) KREATIF *HASHTAG* (ANALISIS DESKRIPTIF MAKNA PENGGUNAAN *HASHTAG* PADA IKLAN TOKOPEDIA #MULAI AJADULU DI YOUTUBE)

(C) XIV + 58 Hlm, 2019, Tabel 1 , Gambar 6, Lampiran

(D) *ADVERTISING*

Abstrak : Penelitian ini adalah menemukan makna penggunaan *hashtag* yang ada pada iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu di youtube. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, studi kepustakaan, penelusuran data *online*. Data penelitian yang digunakan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan secara verbal maupun nonverbal dari seseorang ke orang lain. Komunikasi Massa adalah bentuk komunikasi yang memanfaatkan saluran media baik cetak, elektronik, maupun media cyber (online). Komunikasi pun dilakukan terhadap promosi suatu produk menggunakan iklan. Iklan yang terus berkembang dengan ide-ide kreatif yang semakin menarik salah satunya penggunaan *hashtag* di Iklan Tokopedia. Hasil dari penelitian ini penggunaan *hashtag* memiliki makna yang di dapat yaitu penggunaan *hashtag* dalam sebuah iklan menurut penulis karena *hashtag* yang Bergeraknya di sosial media dan *hashtag* juga bisa dibuat oleh siapapun yang menjadi sebuah topik yang hangat untuk diperbincangkan maka dari itu dengan adanya tagar di awalan sebuah iklan tersebut hal ini membuat iklan itu lebih mudah untuk dijangkau oleh targetnya. Penggunaan *hashtag* juga memberikan kemudahan untuk penjual mencari tahu seberapa banyak iklan itu di lihat, dan pemasaran menggunakan *hashtag* bisa lebih berkembang dari pemasaran yang biasa dilakukan.

Kata kunci: Komunikasi Massa, Kreativitas, *Hashtag*, Gaya dan jenis kata.

(E) Daftar Pustaka: (2006-2017) 21 Buku, 1 Jurnal, 5 Website

(F) Gregorius Genep Sukendro S.Sos., M.Si.