

Analisis Iklan Kendaraan Mobil Oldsmobil, Ford, Chevrolet, Dan Essex Motors Di Koran Bintang Borneo Tahun 1929

Rey Samuel¹, Norhidayat Norhidayat², Wingkolatin Wingkolatin³

¹Pendidikan Sejarah, Universitas Mulawarman

²Pendidikan Sejarah, Universitas Mulawarman

³Pendidikan Kewarganegaraan, Universitas Mulawarman

¹reix4gressia@gmail.com, ²noorhidayat93@gmail.com, ³wingkolatin@fkip.unmul.ac.id

Received	Accepted	Published
05/04/2023	29/05/2023	30/06/2023

Abstract Car-type vehicles entered the Dutch East Indies in 1905 and expanded with advertising through local newspapers and one of them was the Bintang Borneo Newspaper. In the newspaper there are several car manufacturers who advertise their products, such as Essex Motors, Ford, Chevrolet and so on. This research discusses car advertising in the Bintang Borneo Newspaper. In general, this research aims to increase insight into the history, especially of car advertising in Indonesia, especially in the Bintang Borneo Newspaper in this research. In particular, this research aims to increase insight into the history of advertising by looking at the design language of various manufacturers who advertise their products in the Bintang Borneo Newspaper.

Keywords: Advertising, History, Cars, Design

Abstrak Kendaraan jenis mobil telah masuk ke Hindia-Belanda pada tahun 1905 dan meluas dengan periklanan melalui media surat kabar/koran lokal dan salah satunya adalah Koran Bintang Borneo. Dalam Koran tersebut ada beberapa pabrikan mobil yang mengiklankan produknya seperti Essex Motors, Ford, Chevrolet dan lain sebagainya. Penelitian ini membahas tentang pengiklanan kendaraan mobil yang terdapat pada Koran Bintang Borneo. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan tentang sejarah terutama pengiklanan mobil di Indonesia terkhususnya dalam Koran Bintang Borneo pada penelitian ini. Secara khusus penelitin ini bertujuan untuk menambah wawasan sejarah pengiklanan dengan melihat bahasa desain dari berbagai macam pabrikan yang mengiklankan produknya di Koran Bintang Borneo.

Kata kunci : Iklan, Sejarah, Mobil, Desain



PENDAHULUAN

Dalam KBBI, mobil adalah kendaraan darat yang digerakkan oleh tenaga mesin, beroda empat atau lebih (selalu genap), biasanya menggunakan bahan bakar minyak untuk menghidupkan mesinnya; oto; otomobil. Di abad 21, kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari kendaraan berjenis mobil. Industri mobil telah menjadi sangat besar, jalan raya di seluruh dunia tidak luput dari eksistensi kendaraan yang disebut dengan Mobil. Pada tahun 2022, ada sekitar 1,446 miliar mobil yang menghuni planet Bumi. Itu berarti 17,7% orang yang memiliki mobil (pd.com.au April 22, 2022). Seiring bertambahnya populasi di dunia maka secara otomatis kebutuhan akan mobil juga meningkat, sebab mobil memiliki keunggulan dibandingkan kendaraan darat lainnya, salah satunya adalah dapat mengangkut penumpang yang lebih banyak daripada kendaraan sepeda motor.

Mobil memiliki berbagai macam jenis, yaitu SUV (Sport Utility Vehicle), MPV (Multi Purpose Vehicle), Crossover, Hatchback, Sedan, Sport, Convertible, Station Wagon, Off-road, Pickup, Sport dan lain sebagainya. Produsen mobil juga tidak kalah banyak, seperti misalnya Toyota, Mitsubishi Mobil, Kia, BMW, MercedesBenz, Audi, Ferrari, Lamborghini, Porsche dan masih banyak lagi merek mobil lainnya. Pasar mobil memang tidak pernah sepi, peminatnya semakin hari semakin bertambah, produsen mobil saling bersaing untuk mengedepankan layanan dan kualitas produk untuk memenangkan hati pelanggan. Kurniawan, D. D., Dkk (2021) kunci sukses di bidang otomotif saat ini adalah dari penawaran layanan dan kualitas produk yang tinggi dengan kisaran harga yang sesuai. Pelanggan mengharapkan dari model yang dipilih untuk memenuhi kriteria kinerja, keamanan, citra merek, biaya ekonomi, penjualan dan kualitas layanan purna jual mereka di setidaknya di level tertentu selama keputusan pembelian.

Dalam upaya untuk memperkenalkan mobil kepada khalayak ramai, produsen-produsen mobil menggunakan berbagai macam metode pengiklanan, mulai dari cara-cara biasa hingga cara-cara yang tidak biasa (unik). Bahkan produsen-produsen tersebut tidak ragu untuk membayar mahal untuk mengiklankan produk mobil mereka di berbagai media seperti televisi, media sosial dan lain sebagainya. Berbeda dengan masa sekarang, pada tempo dulu sebelum maraknya televisi, media sosial dan platform media lainnya seperti sekarang, pengiklanan mobil kebanyakan menggunakan media surat kabar (Koran) guna memperluas jangkauan produknya kepada masyarakat.

Di Indonesia, media surat kabar atau Koran sudah muncul sejak tahun 1744 ketika masa pemerintahan Kolonial Belanda di bawah pemerintahan Gubernur Jenderal Van Imhoff, nama Koran pertama tersebut adalah *Bataviasche Nouvelles*. Namun sayangnya, Koran tersebut hanya bertahan kurang lebih dua tahun saja dan tidak dilanjutkan lagi, hingga akhirnya pada tahun 1828 diterbitkanlah *Javasche Courant* di Batavia yang berisikan berita-berita resmi pemerintahan, berita lelang dan berita kutipan dari harian-harian di Eropa. Pada masa

setelahnya Koran menjadi semakin berkembang sehingga kemudian melahirkan banyak Koran di berbagai macam daerah di Nusantara, salah satunya adalah Bintang Borneo.

Bintang Borneo adalah Koran yang terbit pertama pada tahun 1924 di Banjarmasin, dimana koran ini merupakan surat kabar Tionghoa yang diterbitkan W. Smiths dan dicetak "De Eendracht". Pada Koran Bintang Borneo, halaman pertama dan kedua memuat tentang berita mengenai perkembangan perjuangan pemimpin-pemimpin pergerakan di Jawa, selain itu koran tersebut juga membahas tentang berbagai hal yang berbau lokal yaitu di Borneo itu sendiri. Di setiap halaman pada Koran Bintang Borneo selalu terselipkan berbagai macam jenis iklan salah satunya adalah iklan kendaraan mobil.

Iklan mobil sangat sering ditemukan dalam Koran Bintang Borneo, dimana beberapa merek-merek terkenal mobil Eropa maupun Amerika yang mengiklankan produknya pada Koran tersebut, diantara merek-merek tersebut ada yang masih bertahan hingga hari ini dan beberapa lagi sudah hanya meninggalkan sejarah.

Penelitian ini akan membahas tentang iklan kendaraan mobil yang ada pada Koran Bintang Borneo pada tahun 1929 yang mencakup berbagai hal, yaitu sejarah singkat tentang mobil di Nusantara, pabrikan-pabrikan mobil, jenis-jenis mobil, spesifikasi mobil yang diiklankan serta melampirkan gambar iklan kendaraan mobil pada Koran Bintang Borneo.

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode historis atau metode sejarah. Menurut Garraghan (1957: 33) metode sejarah diartikan sebagai "seperangkat prinsip dan aturan yang sistematis yang dimaksudkan untuk membantu dalam pengumpulan sumber-sumber sejarah, menilainya secara kritis, dan menyajikan suatu sintesis (umumnya dalam bentuk tertulis) hasil yang dicapai". Dapat disimpulkan jika yang dimaksud dengan metode sejarah atau historis adalah sebuah prosedur yang dipakai dalam meneliti sejarah dengan menganalisis sumber sejarah secara kritis dan mengemukakan hasilnya secara deskriptif berdasarkan temuan fakta di lapangan.

Adapun tahapan dalam metode penelitian sejarah menurut Nugroho Notosusanto, Pertama yaitu Heuristik, yakni proses untuk mencari, menemukan serta mengumpulkan data-data yang baik itu berupa tulisan maupun lisan yang terkait oleh permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan cara studi kepustakaan. Menurut Nazir (2013:93) Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengandalkan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang di pecahkan. Dalam penelitian ini sumber pustaka berasal dari arsip koran Bintang Borneo yang terbit pada tahun 1929, sedangkan data-data sekunder diambil dari situs resmi perusahaan produseb otomotif dan jurnal ilmiah terkait

dengan sejarah otomotif. Tahapan berikutnya adalah Kritik, yaitu menyelidiki serta menguji sumber-sumber yang telah didapat baik itu isi maupun bentuknya untuk mengetahui tingkat keaslian sumber data sebagai sumber data yang relevan untuk mendukung penelitian mengenai iklan kendaraan mobil di Bintang Borneo tahun 1929. Tahapan selanjutnya yaitu Interpretasi yaitu menafsirkan data-data menjadi fakta dalam wujud keseluruhan yang masuk akal melalui argumen kita dengan tetap mengedepankan keobyektifitasan sebuah data yang telah didapat dari temuan data yang didapat, terkhususnya sumber tertulis. Tahapan terakhir yaitu Historiografi yaitu menyusun fakta-fakta menjadi bentuk laporan hasil penelitian secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 1769, pejabat militer bernama Nicolas J. Cugnot membuat kendaraan beroda tiga yang digerakkan dengan mesin uap, temuannya tersebut menjadi cikal-bakal dari kendaraan yang disebut dengan mobil. Semenjak temuan dari Nicolas J. Cugnot tersebut, kendaraan dengan berjenis mobil semakin berkembang hingga memasuki produksi massal pada tahun 1913, sebelumnya mobil merupakan barang yang sangat mewah, tidak semua kalangan dapat memiliki barang tersebut, sebab pembuatannya yang rumit serta memakan waktu yang sangat lama.

Pada 1 Desember 1913, Henry Ford membuat sebuah gebrakan besar dalam industri permobilan, dimana ia berinovasi dengan memasang sistem manufaktur bernama Assembly Line yang kemudian berhasil memangkas waktu produksi mobil, dari semula untuk memproduksi satu unit mobil membutuhkan dua belas (12) jam menjadi satu (1) jam tiga puluh tiga (33) menit. Semenjak itu, produksi mobil dan penjualan mobil pun semakin berkembang pesat sehingga mobil tidak hanya dapat dimiliki oleh orang-orang kaya saja tetapi juga orang-orang di kelas menengah juga dapat memiliki barang tersebut.

Dalam rangka meningkatkan penjualan di tahun 1929, pabrikan-pabrikan mobil ternama mengiklankan produknya pada majalah dan Koran. Liliweri (1992) Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran dalam membantu menjual barang, dengan memberi layanan serta gagasan atau ide-ide melalui sasaran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif. Iklan tidak hanya bersifat mempengaruhi dan membujuk tapi juga merayu calon pembeli, tujuannya adalah dikenal, diingat dan dibeli (Putra, R. Masri Sareb). Pada tahun 1913-1930an, pasar mobil sudah cukup luas, tidak hanya terbatas penjualannya di Eropa ataupun Amerika saja, tetapi juga di berbagai belahan dunia salah satunya di Hindia-Belanda. Oleh sebab itu, terdapat iklan-iklan mobil di

berbagai koran lokal pada tahun 1929 dan salah satunya adalah pada Koran Bintang Borneo yang telah terbit pada tahun 1924.

Di Nusantara, mobil sudah masuk sejak tahun 1905, dimana kala itu mobil di impor oleh pejabat pemerintahan kolonial Belanda untuk memudahkan transportasi di Batavia (Jakarta). Pada era tersebut kendaraan jenis mobil masih dianggap sebagai barang mewah yang hanya pejabat kolonial Belanda dan golongan kelas atas saja yang mampu memilikinya. Namun meskipun demikian, iklan-iklan mobil disebarakan secara luas melalui Koran dan majalah untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan.

Di Hindia-Belanda, ada beberapa pabrikan mobil yang telah memasukkan mobilnya ke Hindia-Belanda, Banjarmasin dan mengiklankan produknya di Koran Bintang Borneo. Adapun pabrikan yang mengiklankan produknya di Koran Bintang Borneo, yaitu.

- 1) Oldsmobile (Amerika),
- 2) Ford (Amerika),
- 3) Chevrolet (Amerika),
- 4) Dodge (Amerika), dan
- 5) Essex Motors (Amerika).

Dalam mengiklankan produk nya di Koran Bintang Borneo, pabarikan-pabrikan mobil menggunakan jenis iklan kolom. Endang, Dede (2021) Iklan kolom adalah iklan yang pemasangannya berbentuk kolom. Setiawati, E., & Rusmawati, R. (2019) Iklan kolom memiliki bentuk mirip iklan display karena menggunakan tanda non-verbal. Akan tetapi, iklan kolom ini biasanya cenderung menjadi satu dengan iklan baris dalam penempatannya di surat kabar. Berikut ini adalah jenis-jenis iklan kolom kendaraan mobil dari berbagai pabrikan yang mengiklankan produknya di Koran Bintang Borneo tahun 1929.

Oldsmobile



Iklan kolom dari pabrikan mobil asal Amerika bernama Oldsmobile yang menampilkan logo perusahaan yang sangat khas dan dilanjutkan pemaparan jenis mobil yang dijual yaitu 5 Persoons Touring dengan harga Fl.3595. Iklan dari pabrikan Oldsmobile tidak disertai dengan gambar dari mobilnya sehingga kurang menarik untuk dilihat.

Iklan tersebut berisikan kalimat sebagai berikut.

- 5 Persoons Touring F 3595.-
- Inclusief reserve binnen dan buitenband, bagage drager, toeter, dan electriche uitrustung.
- Di tanggoeng satoe tahon.
- Agenten: boeat Bandjermasin dan Oeloe Soengei.
- Technisch Bureau LAMMERE.E.

Dodge Brothers



Iklan dari pabrikan Dodge asal Amerika ini telah memakai pendekatan menggunakan gambar sehingga terlihat lebih menarik daripada pabrikan Oldsmobile yang mengiiklankan mobilnya hanya dengan memperlihatkan logo perusahaannya saja.

Iklan Dodge ini mempromosikan mobil jenis Victory Six yang dijual dalam tiga tipe dengan harga yang berbeda-beda, Touring yang dijual dengan harga Fl3.950, Sedan dengan harga Fl.4.750 dan Sport Touring dengan harga Fl.4.500. Slogan dari mobil tersebut adalah Tida Ada Watesnja (Tidak ada batasnya) untuk memperkuat branding. Tutik, Anisa Dimas, Dkk (2020) Slogan mempunyai dua fungsi utama yaitu menjaga kelangsungan serangkaian iklan

dalam kampanye dan menyederhanakan sebuah strategi periklanan agar lebih ringkas, menarik perhatian, serta muda diingat oleh konsumen. Selain itu, penulisan The Victory Six juga telah diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh Dodge, tulisan dibuat sederhana nan elegan disertai tulisan Dodge Brohers dibawahnya dan beberapa gambar grafis sederhana di atasnya sehingga kembali mempertegas kesan tegas dari pabrikan tersebut.

Chevrolet



Iklan dari pabrikan asal Amerika yaitu Chevrolet yang mempromosikan mobil jenis Touring yang diklaim baru dengan harga Fl.2.175 dan juga tipe Sedan yang dibanderol dengan harga Fl.3.835. Sama seperti pabrikan Dodge Brothers, Chevrolet juga menampakkan dua gambar mobil

pada iklan kolom yang dipasang pada koran Bintang Borneo sehingga calon konsumen dapat melihat jenis mobil yang ditawarkan oleh Chevrolet, selain itu gambar mobil juga membuat iklan tersebut menjadi lebih menarik untuk dilihat jika dibandingkan dengan hanya menampilkan iklan.

Adapun dua gambar mobil yang ada dalam gambar tersebut adalah, gambar pertama di sebelah kiri adalah mobil dengan jenis touring sedangkan gambar kedua di sebelah kanan adalah mobil jenis Sedan. Chevrolet juga membuat sebuah slogan untuk mereknya yaitu Grooter and Beter yang memiliki arti lebih baik. Slogan tersebut di taruh pada sebuah logo dengan grafis unik, diletakkan di sebuah sayap yang mengelilingi kalimat tersebut dan diikuti nama pabrikan yang ditempatkan paling atas.

Ford



Iklan dari salah satu pabrikan mobil terbesar pada masanya yaitu Ford. Iklan ini dapat disebut sebagai perpaduan dari iklan kolom dan iklan display karena di dalam sebuah kolom dan memiliki gambar yang memenuhi setengah dari kolom tersebut. Berbeda dengan pabrikan-pabrikan sebelumnya, Ford mempromosikan mobil barunya tanpa membocorkan harga mobil maupun tipe mobilnya, tapi lebih mengedepankan penggunaan narasi yang persuasif untuk mempromosikan mobil barunya. Teknik iklan dari Ford ini mirip seperti membuat sebuah promosi berupa trailer atau teaser dalam bentuk gambar yang menampilkan mobil dengan dibumbui narasi-narasi persuasif agar calon konsumen tertarik untuk menunggu kelanjutan dari berita mobil tersebut.

Iklan tersebut memperlihatkan gambar seorang pria gagah yang sedang menjemput seorang wanita yang bersama seekor anjing dengan mobil Ford jenis baru serta seorang pria dengan mengenakan setelan jas lengkap berdiri samping mobil dan gambar kapal di belakang ketiga orang tersebut. Tak lupa juga terdapat gambar logo Ford Company di bawah iklan tersebut.

Essex Motors

Iklan dari pabrikan Essex Motors adalah iklan dengan ukuran paling besar jika dibandingkan dengan iklan-iklan mobil dari pabrikan lainnya di koran Bintang Borneo pada tahun 1929. Ukuran iklan tersebut memakan setengah dari satu halaman pada koran.

Pada iklan tersebut Essex Motors memperkenalkan mobil baru mereka dengan jenis Essex Super-Six yang diklaim memiliki tempat duduk yang lebih luas, mudah dikendalikan/dikemudikan dan tidak berisik sehingga membuat perjalanan menjadi nyaman dan seru. Ada tiga kata yang menjadi slogan dari Essex Super-Six yaitu Ladjoe (Laju), Lemes dan Tjantik (Cantik).



Ada tiga gambar utama dalam iklan yang dibuat oleh Essex yaitu. Pertama, gambar anak dan ayah duduk di sebuah kursi mobil yang memiliki arti jika kursi mobil dari Essex Super-Six luas. Kedua, gambar seorang pria yang sedang mengemudikan mobil memiliki arti jika mobil tersebut mudah untuk dikemudikan. Ketiga, gambar mobil Essex Super-Six yang berperan penting agar para pembaca dapat melihat bentuk mobil tersebut meskipun tidak secara langsung..

KESIMPULAN

Dari berbagai jenis iklan kendaraan mobil yang ada pada tahun 1929 di koran Bintang Borneo, semua pabrikan menggunakan jenis iklan kolom, kebanyakan diantara mereka menggunakan gambar agar lebih menarik sementara itu ada juga yang hanya menggunakan tulisan saja.

Iklan mobil pada tahun 1929 di koran Bintang Borneo sudah cukup berkembang pada masanya, dapat dilihat dari penggunaan grafis-grafis sederhana, gambar-gambar mobil serta tulisan-tulisan yang bersifat persuasif. Pabrikan-pabrikan mobil mempromosikan mobil mereka dengan menggunakan slogan yang khas agar dapat dengan mudah diingat oleh para pembaca maupun para konsumen.

Berbagai pabrikan mobil di koran Bintang Borneo mempromosikan mobil mereka dengan berbagai strategi, seperti membuat sebuah cerita yang memperkuat brand seperti yang dilakukan oleh Ford, ada yang mempromosikan dengan harga termurah dari pabrikan lain, dan berbagai macam cara pabrikan mobil untuk mempromosikan mobil buatan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel jurnal ini ditulis oleh Rey Samuel dibawah bimbingan dosen pembimbing pak Rizal Izmi Kusumawijaya, S.Pd., M.Pd dan Muhammad Azmi, S.Pd., M.Pd berdasarkan hasil penelitian terhadap Koran Bintang Borneo sebagai objek utama. Isi sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Begitu pula penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Mulawarman dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan atas dukungan baik moril dan materil hingga selesainya proses penelitian ini. Tidak lupa juga penulis juga

mengucapkan terimakasih kepada program studi Pendidikan Sejarah yang telah mendukung sarana dan prasarana dalam kelancaran penelitian ini.

Dalam penulisan jurnal ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing pak Rizal Izmi Kusumawijaya, S.Pd., M.Pd dan Muhammad Azmi, S.Pd., M.Pd yang telah membimbing penulis hingga terselesainya jurnal ilmiah ini. Selain itu tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang hingga penulisan ini dapat terselesaikan.

REFERENCES / REFERENSI

Alkatiri, Z. (2005). Iklan lampau Indonesia dalam wujud komik Analisis bahasa dan grafis. *Wacana*, 7(1), 67-82.

Bayou, M. E., & De Korvin, A. (2008). Measuring the leanness of manufacturing systems—a case study of Ford Motor Company and General Motors. *Journal of Engineering and Technology Management*, 25(4), 287-304.

Bintang Borneo. Januari 1929 - Desember 1929.

Dewi, N. T., Kusmana, S., & Mascita, D. E. (2022). The Development of Digital Teaching Materials in Learning Advertisement Texts, Slogans, and Posters in SMP/MTS. *International Journal of Secondary Education*, 10(2), 91.

Harisjaya, A., Harsanto, P. W., & Natalia, R. M. (2020). Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Sejarah Mobil Porsche. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 8.

Hudson, J. L., Chapin, R. D., & Barit, A. E. Hudson Motor Car Company.

Kimes, B. R., & Ackerson, R. C. (1986). Chevrolet: A history from 1911. Automobile heritage publishing & Co.

Kurniawan, D. D., Persada, S. F., & Bhawika, G. W. (2021). Citra Merek dan Pengaruh Sugrophobia Terhadap Niat Pembelian Mobil Mewah Mercedes Benz. *Jurnal Teknik ITS*, 10(1), A21-A28.

Lewis, D. L. (1976). The public image of Henry Ford: An American folk hero and his company. Wayne State University Press.

Pamungkas, A. B. (2020). *Perkembangan Bentuk Iklan Surat Kabar Suara Merdeka Tahun 1950-2010* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Ramadani, J., Rizal Izmi Kusumawijaya, & Muhammad Azmi. (2022). ANALISIS IKLAN KESEHATAN PADA KORAN BINTANG BORNEO TAHUN 1930. *Amarthapura: Historical Studies Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.30872>

Setiawati, E., & Rusmawati, R. (2019). *Analisis wacana: konsep, teori, dan aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.

Sunjayadi, A. (2011). Iklan Pariwisata Masa Kolonial di Hindia Belanda. *Ultimart*, 3, 92-96.

Taju, F. S., & Agustine, L. (2021). KAJIAN VISUAL IKLAN MEDIA CETAK OTOMOTIF TAHUN 1960-1970. *DeKaVe*, 14(2), 21-34.

Tate, J. O. (1983). The essential essex. *The Flannery O'Connor Bulletin*, 12, 47-59.

Tharisa, A. R. (2023). *Strategi Pemasaran Fasilitas Dan Pelayanan Rumah Sakit Wawa Husada Melalui Pembuatan Video Company Profile* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Tutik, A. D., Fitriani, N., & Inderasari, E. (2020). Variasi dan fungsi ragam bahasa pada iklan dan slogan situs belanja online Shopee. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2), 137-148.