



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Uswatun Hasanah
44214120161

Analisis Wacana Pesan Persuasif Pendakwah Dalam Pemilihan Presiden 2019
Pada Akun Media Sosial Instagram @yusufmansurnew @Aagym @FeliAxau.

Bibliografi : 5 Bab 163 hal + Lampiran 7+ 17 Buku + 7 Jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

Seorang pendakwah memiliki tugas untuk menyampaikan pesan persuasif dalam konteks agama, memberi nasihat, pencerahan dan selalu mengingatkan dalam kebaikan. Pendakwah masa kini terlibat dalam dunia politik, terlihat dipandang sebelah mata, jika tugasnya berdakwah tapi ikut dan bahkan masuk ranah politik, seperti tidak konsisten pada profesi yang dipilihnya sebagai pendakwah. Perdebatan pemilihan presiden 2019, menjadi daya tarik terkait wacana pesan persuasif yang disampaikan oleh pendakwah pada akun media sosial Instagram @yusufmansurnew, @aagym @FeliAxau. Karena mereka, memiliki peran penting dan berpengaruh besar dalam pemilihan presiden 2019. Walaupun demikian penelitian ini dibatasi 7 hari sebelum pemilihan presiden dan 7 sesudah pemilihan presiden 2019.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. membongkar apa yang menjadi faktor pendakwah membangun wacana pesan persuasif tersebut. Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis wacana Van Dijk. Analisis Wacana Van Dick bertujuan untuk mengungkap suatu makna dibalik teks yang disajikan dengan memberikan gambaran wacana apa yang dibangun oleh para pendakwah dalam menentukan pilihannya. Mempunyai tiga dimensi/ bangunan : teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis.

Hasil Penelitian dan pembahasan secara teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Wacana pesan persuasif yang dibangun, tidak seutuhnya memilih, namun ada faktor lainnya. Terdapat perbedaan pilihan baik itu pro, kota dan netral.

Kata Kunci : Analisis Wacana Kritis, Pesan Persuasif, Instagram, PR Politik



MERCU BUANA

*University of Mercu Buana
Faculty of Communication Sciences
Field of Public Relations studies
Uswatun Hasanah
44214120161
Persuasive Message Discourse analysis from preachers in presidential election
2019 on Instagram Social Media account @yusufmansurnew @aagym @felixau
Number of pages: _ Page + _ Attachment
Bibliografi: 5 Journal +20 Book+5 Internet*

ABSTRACT

A preacher has a duty to convey a persuasive message in a religious context, advise, enlightenment and always remind in goodness. The accusers of today are involved in the political world, visible to the eye, if the task of preaching but participate and even enter the political realm, such as inconsistent in the profession chosen as a preacher. The 2019 presidential election debate became a fascination of the persuasive message discourse presented by the preacher on Instagram's social media account @yusufmansurnew, @aagym @Felixau. Because of them, had a significant and influential role in the presidential election of 2019. Nevertheless, the study was limited to 7 days before the presidential election and 7 after the presidential election 2019.

The paradigm used in this study was a critical paradigm. Dismantling what became the prosecution factor building the discourse of the persuasive message. Qualitative research method with the research analysis design discourse Van Dijk. The analysis of the Van Dijk discourse aims to reveal the meaning behind the text presented by giving a picture of what discourse was built by the preacher in determining his choice. It has three dimensions/buildings: text, social cognition, and social context. The core analysis of Van Dijk is to incorporate the three dimensions of the discourse into a single analysis.

The results of research and textual discussion, social cognition and social context. This persuasive message discourse is built, not completely chosen, but there are other factors. There is a difference in both pro, Kotra and neutral options.

Key words: Critical discourse analysis, persuasive message, Instagram, political PR.