



**KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI INSTAGRAM**  
**(Analisis Isi Kualitatif @Panncafe Periode April-Mei 2023)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Bidang Studi Komunikasi

Disusun Oleh:

**SITI SARAH ANGGRAINI**

**44119210013**

**UNIVERSITAS**  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA BEKASI**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Sarah Anggraini  
NIM : 44119210013  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Melalui  
Instagram (Analisis Isi Kualitatif @Panncafe Periode April-Mei 2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 27 Agustus 2023



10000  
METERAI  
TEMPEL  
BD7AKX579504371  
Siti Sarah Anggraini

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Sarah Anggraini  
NIM : 44119210013  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis : Komunikasi Persuasif Melalui Instagram  
(Analisis Isi Kualitatif @Panncafe Periode April-Mei 2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si  
NIDN : 0310016901  
Ketua Penguji : Christina Arsi Lestari, M.Ikom  
NIDN : 0324028801  
Penguji Ahli : Aditya Rizky Gunanto, M.Ikom  
NIDN : -

()  
()  
()

Jakarta, 27 Agustus 2023  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segenap puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas rahmat

dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif Melalui Instagram (Analisis Isi Kualitatif Instagram @Panncafe Periode April-Mei 2023)”. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih ada kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi bidak komunikasi dan mahasiswa Universitas Mercu Buana, serta dapat dikembangkan lebih lanjut. Untuk itu rasa terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si. Selaku dosen pembimbing yang selalu setia dan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta semangat kepada peneliti.
2. Ibu Rika Jessica, M.Ikom. Selaku dosen penguji saat seminar proposal yang memberikan arahan dan semangat kepada peneliti.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M,Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Enjang Pera Irawan, I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Komunikasi, beserta para dosen dan seluruh karyawan serta para staf pegawai Universitas Mercu Buana atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
6. Kepada keluarga saya, alm. ayah (Edy Suwandi), ibu (Siti Saleha) dan adik (Femy Sadira). Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus dan dukungan untuk anak pertamanya.
7. Kepada teman seperjuangan saya, yaitu Marsya, Rizki, Danil, Hilal, Pramudya, Ramadhani dan Azis yang telah membantu dan mendukung saya selama pengerjaan skripsi ini hingga saya dapat menyelesaikannya dengan baik.
8. Lee Jen, Na Jaemin, Mark Lee, dan Lee Haechan yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis berharap Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang membaca. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih banyak untuk para pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

Jakarta, 17 Juli 2023

Siti Sarah Anggraini

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Sarah Anggraini  
NIM : 44119210013  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Melalui  
Instagram (Analisis Isi Kualitatif @Panncafe Periode April-Mei 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

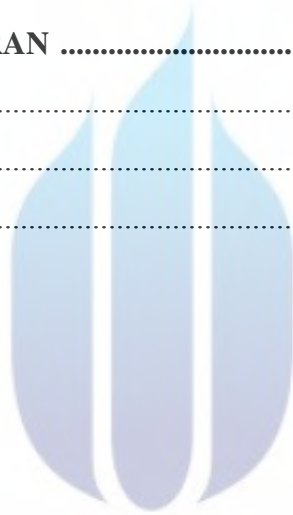


(Siti Sarah Anggraini)

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Praktisi .....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	11
2.2.1 Komunikasi .....	11
2.2.2 Komunikasi Persuasif .....	12
2.2.3 Landasan Teori .....	13
2.2.4 Media Sosial .....	14
2.2.5 Computer Mediated Communication .....	15
2.2.6 Instagram .....	16
2.2.7 Informasi .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	20

3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Unit Analisis .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	24
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	27
4.2 Hasil Penelitian .....	28
4.3 Pembahasan Komunikasi Persuasif .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran Praktisi .....	64
5.3 Saran Akademis .....	65



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1 Beberapa Postingan @Panncafe Yang Peneliti Analisa .....	29
Tabel 4.2 Komunikasi Persuasif Rasional Positif .....	32
Tabel 4.3 Komunikasi Persuasif Rasional Positif .....	33
Tabel 4.4 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	34
Tabel 4.5 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	35
Tabel 4.6 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	35
Tabel 4.7 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	36
Tabel 4.8 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	37
Tabel 4.9 Komunikasi Persuasif Rasional Positif.....	38
Tabel 4.10 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	41
Tabel 4.11 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	42
Tabel 4.12 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	43
Tabel 4.13 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	44
Tabel 4.14 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	45
Tabel 4.15 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	46
Tabel 4.16 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	47
Tabel 4.17 Komunikasi Persuasif Rasional Negatif .....	48
Tabel 4.18 Komunikasi Persuasif Emosional .....	51
Tabel 4.19 Komunikasi Persuasif Emosional .....	52
Tabel 4.20 Komunikasi Persuasif Emosional .....	53
Tabel 4.21 Komunikasi Persuasif Emosional .....	54
Tabel 4.22 Komunikasi Persuasif Emosional .....	55
Tabel 4.23 Komunikasi Persuasif Emosional .....	56
Tabel 4.24 Komunikasi Persuasif Emosional .....	57
Tabel 4.25 Komunikasi Persuasif Emosional .....	58
Tabel 4.26 Komunikasi Persuasif Emosional .....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @Panncafe .....	4
Gambar 1.2 Mijoo Lovelyz Jaga Image .....	5
Gambar 1.3 Circlenya Lisa Bukan Main-main .....	6
Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisis Data Metode Kualitatif .....	25
Gambar 4.1 Akun Instagram @Panncafe .....	27
Gambar 4.2 Penggemar SHINee Saat Konser .....	32
Gambar 4.3 Kenaikan Saham JYP .....	39
Gambar 4.4 Surat Rocky Untuk Moonbin .....	53
Gambar 4.5 Truk Protes Dari Penggemar .....	55
Gambar 4.6 Kursi Saat Konser iKON .....	59

