



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Siti Sarah Anggraini

44119210013

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

ABSTRAK

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang memiliki pengaruh besar, memiliki arti komunikasi yang dilakukan dengan mengajak atau mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai ataupun sikap mereka. Agar komunikasi dalam proses persuasif dapat berjalan dengan lancar, dibutuhkan seorang komunikator dan komunikan, serta pesan persuasifnya. Salah satu cara untuk menyebarkan informasi bisa dilakukan melalui media sosial. Dengan media sosial, setiap orang dapat melengkapi kebutuhan informasinya dari belahan dunia manapun. Tujuan dalam penelitian ini adalah 1. Untuk menganalisa komunikasi persuasif dengan bentuk rasional dalam akun Instagram @Panncafe periode April-Mei 2023, 2. Untuk menganalisa komunikasi persuasif dengan bentuk emosional dalam akun Instagram @Panncafe periode April-Mei 2023, 3. Untuk menganalisa komunikasi persuasif akun Instagram @Panncafe periode April-Mei 2023.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif dan menggunakan teori Konsistensi Afektif-Kognitif. Peneliti menggunakan Instagram @panncafe dengan masing-masing komunikasi persuasif rasional positif, komunikasi persuasif rasional negatif dan komunikasi persuasif emosional dari akun yang telah ditentukan (@panncafe) sebagai Unit Analisis pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, komunikasi persuasif rasional positif berisikan pujian karena tertib, kepintaran, menolong, dan mengakui kesalahannya. Komunikasi persuasif rasional negatif berisikan kekhawatiran penggemar, kemarahan selebriti, dan kemarahan penggemar. Dan komunikasi persuasif emosional berisikan kesedihan, kemarahan selebriti, dan kekhawatiran penggemar.

Kata Kunci: Komunikasi persuasif, media sosial, analisis isi, kualitatif



Mercu Buana University

Faculty of Communication Science

Broadcasting Studies

Siti Sarah Anggraini

44119210013

PERSUASIVE COMMUNICATION THROUGH INSTAGRAM (Qualitative Content Analysis @Panncafe April-Mei 2023)

ABSTRACT

Persuasive communication is powerful, has the sense of communication done by inviting or influencing others by attempting to change their beliefs, values or attitudes. For communication in the persuasive process to go smoothly, a communicator and a communist are needed, as well as its persuasive message. One way to disseminate information can be done via social media. With social media, anyone can supply their information needs from anywhere in the world. The purpose of this research is 1. To analyze persuasive communication with rational form in instagram account @panncafe April-May 2023, 2. To analyze persuasive communication with emotion in the instagram account @panncafe, April-May 2023, 3. To analyze persuasive communication on instagram account @panncafe, april-may 2023.

In the study, it uses qualitative analysis of content and uses affective cognitive consistency theories. Researchers use instagram @panncafe with each positive rational communication, negative persuasive communication and emotional persuasion communication from a determined account (@panncafe) as an analysis unit on this study.

he study suggests that persuasive, positive communication contains praise for being orderly, clever, helpful, and conceited. Negative persuasive communication contains fans' worries, celebrity anger, and fan rage. And persuasive communication emotionally contained sadness, celebrity anger, and fan concerns.

Keywords: Persuasive communication, social media, content analysis, qualitative