

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Analisis Konten Persuasif Pada Instagram @shopee_id Di Masa Pandemi Covid-19 (Periode Maret ? Juli 2020)

Wulanndari

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74942&lokasi=lokal>

Abstrak

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi, melainkan bisa menjadi sarana promosi, mempersuasi serta lainnya. Shopee menjadi salah satu marketplace yang menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk atau hanya sekedar memberikan informasi untuk mempersuasi pengguna atau khalayak yang melihat postingan yang ada dalam Instagram Shopee. Dari adanya realitas tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang metode komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Shopee pada Instagramnya. Terdapat dua rumusan masalah yang penlitik angkat, yaitu : 1) Bagaimana pengorganisasian pesan persuasif pada Instagram Shopee, 2) Bagaimana analisis konten persuasif dengan menggunakan metode yang ada pada komunikasi persuasif dalam Instagram Shopee.

Teori utama yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif, mengacu pada rumusan masalah yang dibuat. Teori ini digunakan untuk menganalisis pesan persuasif pada postingan Instagram Shopee dan untuk mengklasifikasikan pesan-pesan persuasif sesuai dengan metode komunikasi persuasif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis isi yang berjenis deskriptif.

Pemilihan media yang ada pada penelitian ini adalah Instagram, dengan teknik penggalan data studi pustaka, observasi dan dokumentasi pada postingan Instagram Shopee.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat 31 postingan dalam rentang waktu Maret ? Juli 2020 yang bertemakan protokol kesehatan yang memuat pesan komunikasi persuasif. Pada 31 postingan tersebut,

Shopee menggunakan lima metode yang ada pada komunikasi persuasif, diantaranya

: metode partisipasi, asosiasi, icing device, pay off idea dan fear arousing. Dari kelima metode tersebut paling banyak digunakan adalah metode pay off idea. Dari metode tersebut dapat diartikan bahwa Shopee lebih cenderung menggunakan pesan yang mengandung sugesti dan bisa mempersuasi orang untuk membeli atau menyukai produknya pada postingan Instagramnya.