

**ANALISIS ISI KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF STRUKTUR
PESAN PADA KONTEN TOP STREAMER SHOPEE LIVE DI AKUN
@MADAME_MALLA EDISI HARIAN 4.4**



Disusun oleh:

LAILIYAL MUFIDAH

20240814

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN LOGO



ANALISIS ISI KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF STRUKTUR
PESAN PADA KONTEN TOP STREAMER SHOPEE LIVE DI AKUN
@MADAME_MALLA EDISI HARIAN 4.4

Proposal SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh:

LAILIYAL MUFIDAH

NIM: 20240814

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Lailiyah Mufidah / 20240814 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji

Ponorogo, 08 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Lailiyal Mufidah ini,

Telah dipertahankan didepan penguji.

Pada hari : Senin

Tanggal : 29 Juli 2024

Pukul : 10.00 – 11.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

Penguji II



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Penguji III



Oki Cahyo Nugroho, M.I. Kom
NIDN. 0728018304

Mengetahui,

Dekan,



Avut Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 19860325 201309 12

HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

QS. Al - Insyirah: 6



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lailiyal Mufidah

Alamat : Desa Carangrejo, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 20240814

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“ANALISIS ISI KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF STRUKTUR PESAN PADA KONTEN TOP STREAMER SHOPEE LIVE DI AKUN @MADAME_MALLA EDISI HARIAN 4.4” adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulis.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 20 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Lailiyal Mufidah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS ISI KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF STRUKTUR PESAN PADA KONTEN TOP STREAMER SHOPEE LIVE DI AKUN @MADAME_MALLA EDISI HARIAN 4.4”**

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Sastra Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., M. A, selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing.
4. Informan yang telah memberikan waktu dan informasi selama proses penelitian skripsi.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Mahrus As’adi dan Ibu Bidayatul Rohmah, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan semangat yang luar biasa.
6. Kepada seluruh teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan motivasi selama proses penelitian.
7. Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 20 Juli 2024

(Lailiyal Mufidah)



DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I ENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN	6
D. MANFAAT.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. KAJIAN TEORI.....	8
1. Komunikasi.....	8

B. KERANGKA BERPIKIR.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Lokasi Penelitian.....	23
B. Jenis Penelitian.....	23
C. Teknik Pengumpulan Data.....	24
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
E. Sumber Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
A. GAMBARAN UMUM.....	28
B. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
BAB V PENUTUP.....	67
A. KESIMPULAN.....	67
B. SARAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Shopee.....	17
Gambar 2 Fitur Shopee Live	20
Gambar 3 Kategori Top Streamer	21
Gambar 4 Top Streamer	29
Gambar 5 Profil Store dan Akun.....	30
Gambar 6 Membuka sesi live dengan menyapa.....	35
Gambar 7 Memperkenalkan produk.....	38
Gambar 8 Memperkenalkan program harga	40
Gambar 9 Merespon komentar konsumen	43
Gambar 10 Menanggapi komplain konsumen	45
Gambar 11 Membuka sesi live dengan menyapa.....	47
Gambar 12 Memperkenalkan dan mendeskripsikan produk.....	51
Gambar 13 Break untuk sekedar menghela nafas	54
Gambar 14 Menutup sesi live	56
Gambar 15 Membaca komentar untuk berinteraksi dengan penonton.....	59
Gambar 16 Menanggapi komplain konsumen	62
Gambar 17 Konsumen membeli produk saat live	64
Gambar 18 Mengkonfirmasi pesanan	66

ABSTRAK

ANALISIS ISI KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF STRUKTUR PESAN PADA KONTEN TOP STREAMER SHOPEE LIVE DI AKUN @MADAME_MALLA EDISI HARIAN 4.4

LAILIYAL MUFIDAH

20240814

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi kualitatif struktur pesan dalam komunikasi persuasif pada konten Shopee Live, dengan studi kasus pada akun @madame_malla selama edisi harian 4.4. Shopee Live telah menjadi alat pemasaran yang efektif, memungkinkan penjual untuk berinteraksi langsung dengan pembeli melalui video streaming, yang meningkatkan penjualan dan engagement. Madame Malla, sebagai salah satu top streamer, telah memanfaatkan fitur ini untuk mencapai peningkatan penjualan yang signifikan. Penelitian ini berfokus pada identifikasi komponen kunci dalam struktur pesan seperti kejelasan, kohesi, dan relevansi, serta bagaimana elemen-elemen tersebut berfungsi secara sinergis untuk menciptakan pesan yang persuasif dan efektif. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui wawancara, pengamatan, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa akun @madame_malla telah menerapkan struktur komunikasi persuasif dengan urutan penyajian pesan yang baik mulai dari pembuka, isi, hingga penutup. Namun, penerapan metode tersebut masih dapat ditingkatkan untuk mencapai efektivitas yang maksimal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana struktur pesan yang efektif dapat meningkatkan kualitas dan dampak komunikasi pemasaran di era digital, khususnya dalam konteks penggunaan platform seperti Shopee Live.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Struktur Pesan, Shopee Live, Pemasaran Digital, Madame Malla

ABSTRACT

ANALYSIS OF QUALITATIVE MESSAGE IN PERSUASIVE COMMUNICATION STRUCTURE ON TOP STREAMER CONTENT SHOPEE LIVE IN THE @MADAME_MALLA ACCOUNT DAILY EDITION

4.4.

LAILIYAL MUFIDAH

20240814

This research aims to analyze the message structure in persuasive communication on Shopee Live content, with a case study on the @madame_malla account during the daily edition 4.4. Shopee Live has become an effective marketing tool, enabling sellers to interact directly with buyers through video streaming, which enhances sales and engagement. Madame Malla, as one of the top streamers, has leveraged this feature to achieve significant sales growth. This study focuses on identifying key components in the message structure, such as clarity, cohesion, and relevance, and how these elements work synergistically to create persuasive and effective messages. Using a qualitative descriptive research method through interviews, observations, and documentation, this study finds that the @madame_malla account has applied a persuasive communication structure with a well-organized message presentation sequence, from opening to content to closing. However, the implementation of this method can still be improved to achieve maximum effectiveness. The findings of this research are expected to provide deeper insights into how effective message structures can enhance the quality and impact of marketing communication in the digital era, particularly in the context of using platforms like Shopee Live.

Keywords: *Persuasive Communication, Message Structure, Shopee Live, Digital Marketing, Madame Malla*