

STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENYAMPAIKAN PESAN MORAL PADA DRAMA KOREA START UP

Viyas Bandriyo

200710142

ABSTRAK

Drama Korea seperti Start-Up diminati masyarakat Indonesia karena alur ceritanya yang langsung ke inti dan mengangkat kisah kehidupan sehari-hari. Selain menghibur, drama ini juga menyampaikan pesan moral, seperti pentingnya kerja keras, kejujuran, dan kerjasama tim, yang dapat menginspirasi penonton dalam kehidupan nyata. Dalam konteks komunikasi massa, drama korea start-up menggunakan teknik komunikasi persuasif, di mana pesan-pesan moral tersebut dikemas melalui cerita menarik dan aktor yang populer. Hal ini membuat penonton lebih mudah terhubung dengan karakter dan menerima pesan yang disampaikan, memperkuat daya tarik dan dampak dramanya.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan untuk sumber data pada penelitian ini, diperoleh dari dokumen berbentuk video drama korea start-up dan dokumen yang terkait dengan fokus penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa teknik komunikasi persuasif digunakan secara efektif dalam penyampaian pesan moral pada drama Korea Start-Up. Lima teknik persuasif yang diidentifikasi—integrasi, ganjaran, red herring, icing, dan asosiasi—diterapkan melalui dialog, interaksi antar karakter, dan elemen audiovisual. Setiap teknik berperan dalam menyampaikan nilai-nilai moral seperti keberanian moral, bertanggung jawab, menjadi diri sendiri, kejujuran, kerendahan hati.

Kata kunci: Drakor Start-Up, Komunikasi Persuasif, Pesan Moral.

***A QUALITATIVE DESCRIPTIVE STUDY ON PERSUASIVE
COMMUNICATION IN CONVEYING MORAL MESSAGES IN THE
KOREAN DRAMA START UP***

Viyas Bandriyo

200710142

ABSTRACT

Korean dramas such as Start-Up are of interest to Indonesians because the storyline is straight to the point and tells the story of everyday life. In addition to entertaining, the drama also conveys moral messages, such as the importance of hard work, honesty, and teamwork, which can inspire the audience in real life. In the context of mass communication, Korean start-up dramas use persuasive communication techniques, where the moral messages are packaged through interesting stories and popular actors. This makes it easier for the audience to connect with the characters and accept the messages conveyed, strengthening the appeal and impact of the drama.

In this research, the method used is descriptive qualitative. The type of data used for data sources in this study, obtained from documents in the form of Korean start-up drama videos and documents related to the focus of this research. The data analysis technique uses Miles and Huberman analysis technique.

The results of this study confirm that persuasive communication techniques are used effectively in delivering moral da'wah messages in the Korean drama Start-Up. The five persuasive techniques identified-integration, reward, red herring, icing, and association-are applied through dialog, interaction between characters, and audiovisual elements. Each technique plays a role in conveying moral values such as moral courage, responsibility, being yourself, honesty, humility. ng each other.

Keywords: Drakor Start-Up, Persuasive Communication, Moral Values.