

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA PRANCIS.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
EXTRAIT.....	xiv
 BAB I PENGANTAR.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Tinjauan Pustaka.....	7
1.5 Landasan Teori.....	12
1.5.1 Wacana <i>Fake News</i> dalam Media Sosial.....	13
1.5.2 Pemilihan Komponen Lingual dalam Kalimat Persuasif.....	14
1.5.3 Strategi Persuasif dalam Wacana <i>Fake News</i>	15
1.6 Metode Penelitian.....	21
1.6.1 Sumber Data.....	21
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	22
1.6.3 Metode Analisis Data.....	23
1.7 Sistematika Penyajian.....	23
 BAB II KOMPONEN LINGUAL DALAM KALIMAT PERSUASIF PADA BERBAGAI WACANA <i>FAKE NEWS</i> DI MEDIA SOSIAL PRANCIS.....	 25
2.1 Nominalisasi sebagai Fitur Penguat Argumen.....	25
2.2 Nomina Teknis sebagai Fitur Spesifikasi.....	30
2.3 Verba Berpikir dan Mengindra sebagai Fitur Penggugah Emosi dan Simpati.....	34
2.4 Modalitas sebagai Fitur Penanda Tingkat Urgensi dan Probabilitas.....	38
2.5 Tema Tekstual sebagai Fitur Penanda Fokus Utama Wacana.....	41
2.6 Kosa Kata Evaluatif sebagai Fitur Penanda Perspektif Penilaian Penulis.....	45
2.7 Simbol-simbol Karakter berupa Emoji sebagai Fitur Visualisasi Perasaan Penulis..	50



2.8. Ringkasan.....	55
BAB III STRATEGI PERSUASIF PADA BERBAGAI WACANA <i>FAKE NEWS</i> DI MEDIA SOSIAL PRANCIS.....	57
3.1 Ethos sebagai Strategi Persuasif melalui Penyampaian Kredibilitas Sumber.....	57
3.1.1 Otoritas Intrinsik untuk Meningkatkan Kredibilitas Informasi melalui Sumber Pribadi.....	58
3.1.2 Kredibilitas yang Dipinjam untuk Meningkatkan Kredibilitas Informasi melalui Sumber Lain.....	60
3.2 Pathos sebagai Strategi Persuasif melalui Pencetusan Emosi Pembaca.....	64
3.2.1 Pathos Positif untuk Membangkitkan Emosi Baik bagi Pembaca.....	64
3.2.2 Pathos Negatif untuk Memunculkan Emosi Buruk bagi Pembaca.....	66
3.2.3 Patriotisme untuk Membangkitkan Emosi Kebangsaan bagi Pembaca.....	70
3.2.4 Jenis lain untuk Mengungkapkan Emosi Unik bagi Pembaca.....	74
3.3 Logos sebagai Strategi Persuasif untuk Memicu Sensitivitas Pemikiran Logis.....	79
3.4 Strategi Persuasif Jenis Lain.....	83
3.4.1 Penceritaan untuk Memicu Proses Pemikiran Rasional dan Emosional Pembaca.....	84
3.4.2 Timbal Balik untuk Memunculkan Relasi Penulis-Pembaca melalui Pesan Berimbalan.....	89
3.4.3 Keterbatasan untuk Menunjukkan Urgensi Sebuah Saran.....	91
3.4.4 Konsensus untuk Menyampaikan Hal yang Telah Banyak Dilakukan Publik.....	95
3.5 Ringkasan.....	98
 BAB IV KESIMPULAN.....	 101
4.1 Kesimpulan.....	101
4.2 Saran.....	107
DAFTAR RUJUKAN.....	109
LAMPIRAN DATA.....	112
RÉSUMÉ.....	141
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....	147