

SKRIPSI

**SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR*
MODEL PERSUASI “FEAR APPEAL” DALAM NASKAH
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT: “CIPTAKAN MASA
DEPAN TANPA COVID-19”**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Khoirunisa Nur Fadilla 19.96.1675

Dosen Pembimbing:

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

SKRIPSI

**SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR* MODEL
PERSUASI “FEAR APPEAL” DALAM NASKAH IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT: “CIPTAKAN MASA DEPAN TANPA COVID-19”**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Khoirunisa Nur Fadilla 19.96.1675

Dosen Pembimbing:

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR MODEL PERSUASI “FEAR APPEAL” DALAM NASKAH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT: “CIPTAKAN MASA DEPAN TANPA COVID-19”

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

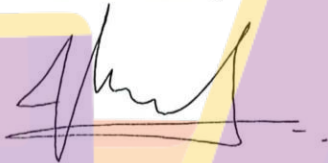
Universitas Amikom Yogyakarta

telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Khoirunisa Nur Fadilla
19.96.1675

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 02 Februari 2024

Dosen Pembimbing



Alvia Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
(NIK. 190302486)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR
MODEL PERSUASI “FEAR APPEAL” DALAM NASKAH IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT: “CIPTAKAN MASA DEPAN TANPA COVID-19”**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta
telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Khoirunisa Nur Fadilla


19.96.1675

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 22 Februari 2024

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E, M.Hum
NIK. 190302266



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437



Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302486



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 22 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom

NIK. 190302125

MOTTO

“Hasbunallah wanikmal wakil nikmal maula wanikman nasir” (Cukuplah bagi kami Allah, sebaik-baiknya pelindung dan sebaik-baiknya penolong kami)

“Be good with people, just be good. It might sound naive, but believe that all the good things will lead back to you – whatever and whenever it is”

Penulis –

“Live on my own, so do you”

Penulis –



LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Khoirunisa Nur Fadilla
NIM : 19.96.1675
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 02 Februari 2024

Yang Memberikan Pernyataan



Khoirunisa Nur Fadilla

19.96.1675

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan laporan Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom (Dosen Pembimbing)
5. Allah SWT, Bapak, Ibuk, dan Opy yang senantiasa sabar dan tidak pernah menuntut yang selalu mendukung, mendoakan, serta meridhoi perjalanan sekolahku hingga saat ini. Terima kasih karena telah berjuang keras membiayai sekolah sampai dengan selesai S1 di tengah kekurangan yang ada.
6. *And for those who love & help me sincerely since day one, you know who you are. Thank you for making this possible, your support truly means a lot. Love you tons.*

Yogyakarta, 04 Desember 2023

Khoirunisa Nur Fadilla

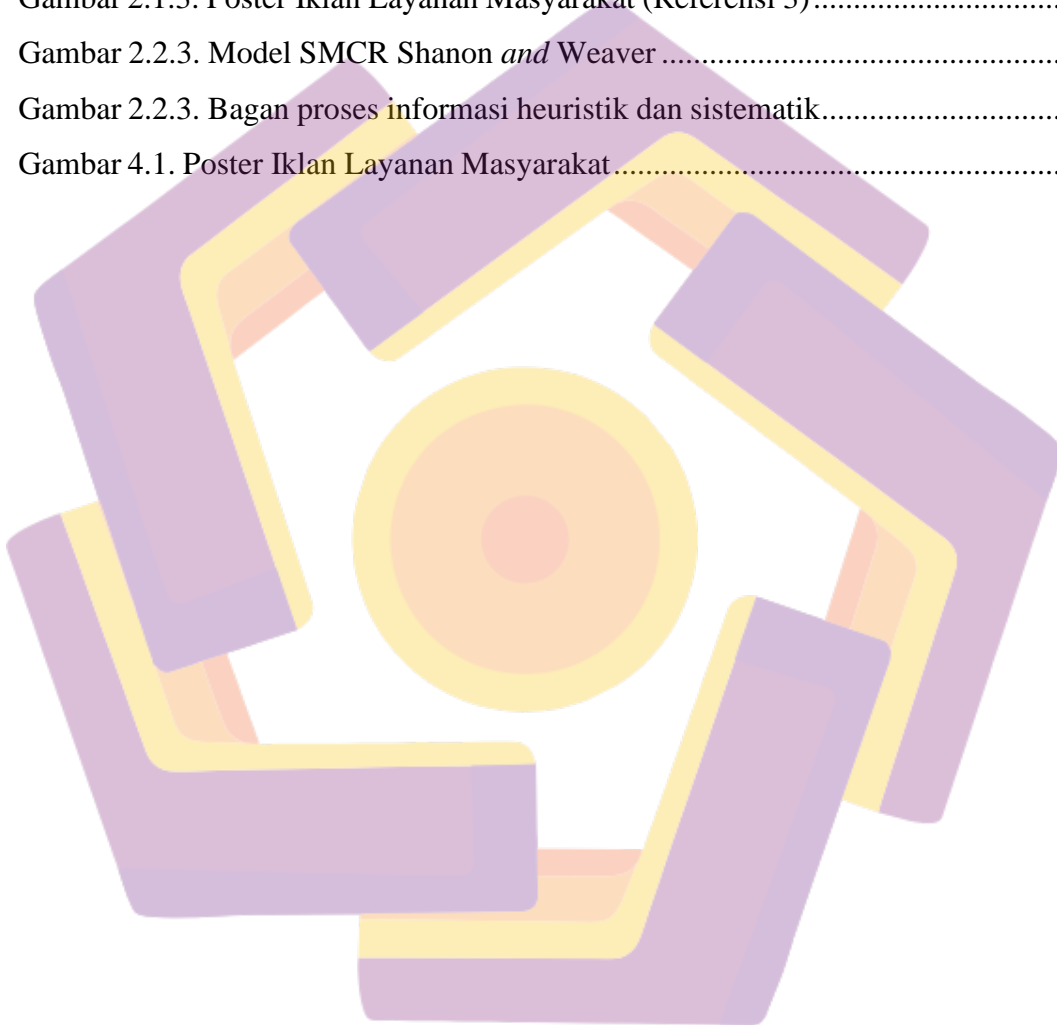
DAFTAR ISI

COVER DEPAN	i
COVER BELAKANG	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	4
1.2.1 Fokus Permasalahan	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Laporan Karya.....	5
1.4 Manfaat Laporan Karya.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya	6
2.1.1 Referensi Pertama.....	6
2.1.2 Referensi Kedua.....	7
2.1.3 Referensi Ketiga	7
2.2 Landasan Teori Karya.....	8
2.2.1 Iklan Layanan Masyarakat.....	8

2.2.2	Komunikasi Persuasif	9
2.2.3	Model Persuasi : Extended Parallel Process Model (EPPM)	10
2.2.4	Peran Script Writer	17
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA		19
3.1	Gambaran Rancangan Karya	19
3.1.1	Judul Content dan Kategori Audio Visual Content Creator	19
3.1.2.	Format Konten: Iklan Layanan Masyarakat	19
3.1.3.	Format Media: Youtube dan Google Drive	19
3.1.4.	Volume Konten.....	20
3.1.5.	Target Audiens (STP)	20
3.1.6.	Periode Publikasi Konten.....	21
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya	21
BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN.....		23
4.1	Deskripsi Karya	23
4.2	Analisis Naskah	25
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah	29
BAB V PENUTUP.....		30
5.1	Kesimpulan.....	30
5.2	Saran	30
DAFTAR PUSTAKA		32
Lampiran 1 : Tautan Karya		36
Lampiran 2 : Premis, Logline, Sinopsis		37
Logline		37
Sinopsis		37

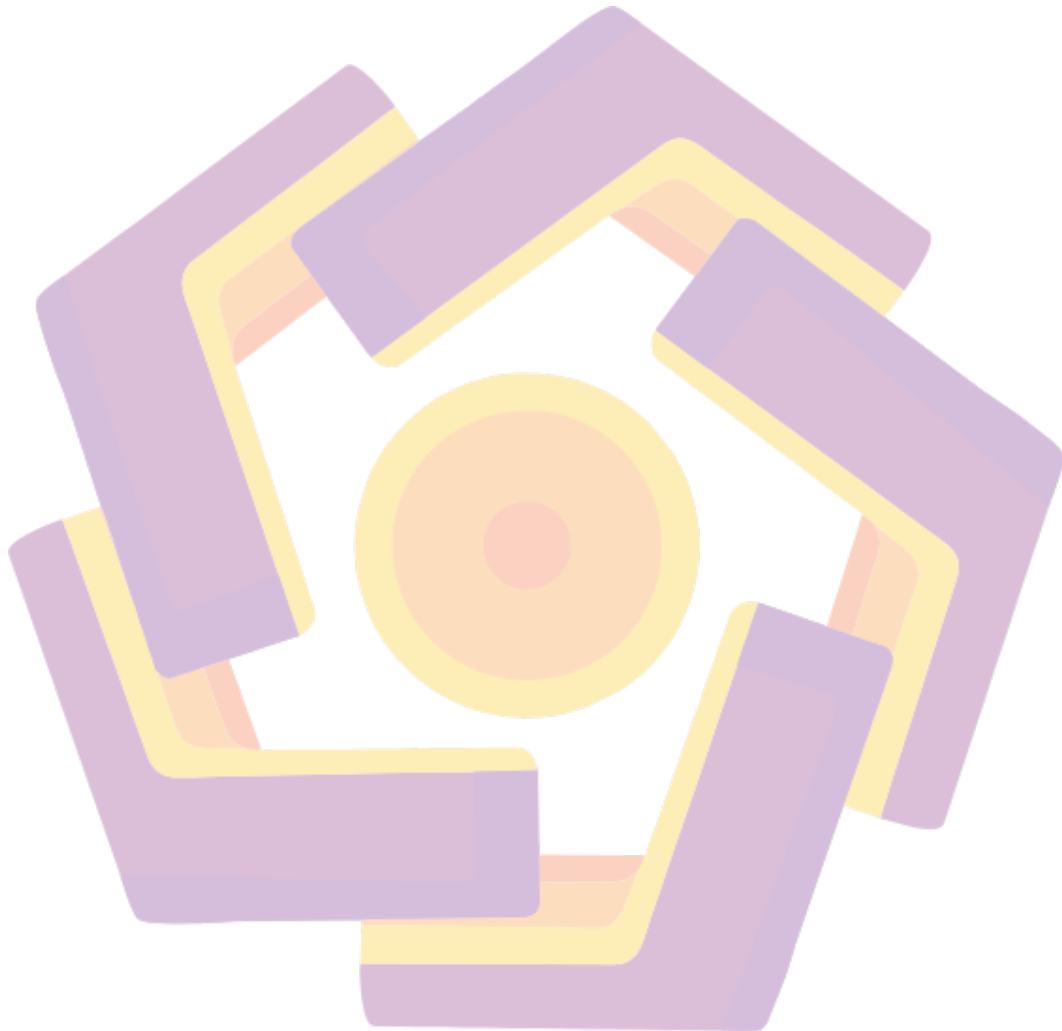
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Poster iklan layanan masyarakat.....	3
Gambar 2.1.1. Poster Iklan Layanan Masyarakat (Referensi 1).....	5
Gambar 2.1.2. Poster Iklan Layanan Masyarakat (Referensi 2).....	6
Gambar 2.1.3. Poster Iklan Layanan Masyarakat (Referensi 3).....	6
Gambar 2.2.3. Model SMCR Shanon <i>and</i> Weaver	10
Gambar 2.2.3. Bagan proses informasi heuristik dan sistematis.....	13
Gambar 4.1. Poster Iklan Layanan Masyarakat.....	24



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.3. Komponen Extended Parallel Process Model	14
Tabel 4.2.1. <i>Scheduling</i> Pra-Pasca Produksi	26
Tabel 4.2.2. Analisis Komponen Iklan.....	27



ABSTRAK

Laporan ini membahas mengenai model persuasi Extended Parallel Process Model dengan pendekatan *fear appeal* dalam naskah iklan layanan masyarakat yang berjudul “Ciptakan Masa Depan Tanpa Covid-19”. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu komponen penting dalam komunikasi persuasif yang memuat pesan persuasi dalam ranah sosial dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, rasa peduli, serta kesadaran diri (*awareness*). Fokus dan tujuan laporan ini adalah bagaimana konsep dan pendekatan *fear appeal* dalam naskah iklan layanan masyarakat berjudul “Ciptakan Masa Depan Tanpa Covid-19” dibentuk. Teori yang digunakan dalam laporan ini adalah model persuasi Extended Parallel Process Model yang dipelopori oleh Kim Witte dengan Pendekatan *Fear Appeal* (Rasa Takut) di dalamnya yang memuat beberapa aspek yaitu Ancaman, Efikasi, dan Respon. Format konten pada laporan ini adalah iklan layanan masyarakat yang diunggah melalui Youtube dan Google Drive dengan durasi 1 menit. Target dari iklan layanan masyarakat ini yaitu mahasiswa yang masih menetap di perantauan serta mahasiswa yang kurang menaati protokol kesehatan. Hasil dari laporan ini menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan *fear appeal* dalam iklan ini tidak begitu kuat dan bukan merupakan konsep utama melainkan sebagai bentuk himbuan mengenai protokol kesehatan 5M serta pengantar (*bridging*) dalam naskah.

Kata kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Rasa takut, Covid-19, Komunikasi persuasive, Naskah

ABSTRACT

This study discusses a persuasion model called Extended Parallel Process Model with a fear appeal approach in public service announcement script titled "Create a Future Without Covid-19". Public service announcement is an important component of persuasive communication that contains messages of persuasion in the social realm with the aim of improving knowledge, caring, and self-awareness. The focus and purpose of this study is how the concept and approach of fear appeal in the public service announcement script entitled "Create a Future Without Covid-19" was formed. The theory used in this study is a persuasion model of Extended Parallel Process Model pioneered by Kim Witte with a Fear Appeal Approach (Fear Appeal) in it that contains several aspects of Threat, Effication, and Response. The content format in this study is a public service announcement uploaded via Youtube and Google Drive for 1 minute long. The target of this public service announcement is students who are still staying in the port and students who do not obey healthprotocols. The results of this study suggest that the use of a fear appeal approach in this public service announcement is not very strong and is not a major concept but a form of encouragement about 5M health protocols and the introduction of bridging in manuscripts.

Keywords: Public Service Announcement, Fear Appeal, Covid-19, Communication Persuasive, Scrip

