

KOMUNIKASI PERSUASI DALAM NARASI COMPANY PROFILE

RADIO RASI FM MAGETAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

Muhammad Farhan Hidayatullah
20.96.1888

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**KOMUNIKASI PERSUASI DALAM NARASI COMPANY PROFILE
RADIO RASI FM MAGETAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Muhammad Farhan Hidayatullah
20.96.1888

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

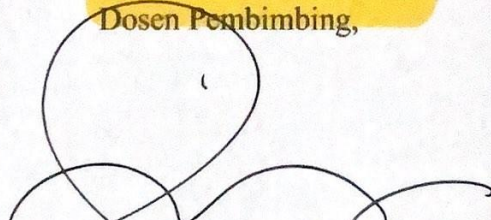
SKRIPSI SKEMA ARTIS

**KOMUNIKASI PERSUASI DALAM NARASI COMPANY PROFILE
RADIO RASI FM MAGETAN**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

MUHAMMAD FARHAN HIDAYATULLAH
20.96.1888

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 28, Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Riva Agusta, S.IP, MA
NIK. 190302319

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

KOMUNIKASI PERSUASI DALAM NARASI COMPANY PROFILE
RADIO RASI FM MAGETAN
yang dipersiapkan dan disusun oleh

MUHAMMAD FARHAN HIDAYATULLAH
20.96.1888

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 28 Mei 2024

Nama Penguji

Wiwid adiyanto, M.I.KOM
NIK. 190302477

Nurfian Yudhistira, S.I.KOM, M.A
NIK. 190302435

Rivga agusta, S.IP, MA
NIK. 190302319

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
28 Mei 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 28 Mei 2024



M. Farhan H
20.96.1888

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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 penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami 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. Erick Hadi Saputra, S.kom, M.Eng (Kaprod, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rivga Agusta, S.IP, M.A(Pembimbing)
5. RASI FM(Pihak instansi/objek penelitian)*

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Penulis
(M. Farhan H.).

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
Latar belakang penciptaan karya	1
Manfaat penciptaan karya.....	6
Manfaat karya secara akademis	6
Manfaat karya secara praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1.1 Company profile	8
2.1.2 Company profile	9
2.1.3 Company Profile	10
2.2. Landasan Teori/ Konsep.....	11
2.2.1 Komunikasi Persuasif	11
2.2.2 Unsur- Unsur Komunikasi Persuasif	12
2.2.3 Teknik Komunikasi Persuasif	13
2.2.4 Peran Penulis Naskah.....	14
2.2.5 Penulisan naskah	16
2.2.6 Format Penulisan Naskah.....	17
2.2.7 Company Profile	18
BAB III	21
METODE PEMBUATAN KARYA	21
3.1. Riset Dalam Pra Produksi.....	21
3.2. Deskripsi Karya	22
3.2.1 Format Media.....	22
3.2.2 Isi pesan Karya.....	22

3.3 Target audiens	23
BAB IV	24
PEMBAHASAN HASIL KARYA	24
4.1 Proses Penulisan naskah	24
4.1.1 Pra Produksi :	24
4.1.2 Produksi	29
4.1.3 Pasca Produksi	31
4.2 Komunikasi persuasif pada company profile RASI FM	32
4.3 Penerapan Unsur- Unsur Komunikasi Persuasif dalam Produksi Company Profile RASI FM	33
4.4 Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Narasi Company Profile	34
BAB V	39
PENUTUP	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	42

ABSTRACT

RASI FM is a company operating in the digital radio industry. To strengthen their positioning they need a company profile video. So that the video can influence the audience's attitudes, the author includes elements of communication in the process of making the script. So in this work the author uses persuasive communication in the narrative of Rasi FM Magetan's company profile. The main focus of this study is to identify the persuasive techniques applied and how these narratives shape the company's image in the eyes of the public. In the process of writing a script, the writer uses various persuasive techniques, as well as highlighting advantages, using testimonials, and depicting a strong vision and mission to attract attention and build audience trust. It is hoped that these techniques can build a convincing narrative and strengthen RASI FM's identity among listeners and the wider community. The conclusion of this research is that well-designed persuasive communication in the company profile narrative can play an important role in forming positive perceptions about the company and increasing audience loyalty. This is expected to contribute to RASI FM Magetan.

Keywords: Persuasive communication, narrative, company profile, Rasi FM Magetan.

ABSTRAK

RASI FM merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri digital radio. Untuk memperkuat positioning mereka membutuhkan video company profile. Agar video tersebut dapat mempengaruhi sikap penonton maka penulis memasukan unsur komunikasi dalam proses pembuatan naskah. Sehingga Pada karya ini penulis menggunakan komunikasi persuasif dalam narasi company profile Rasi FM Magetan. Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi teknik-teknik persuasif yang diterapkan dan bagaimana narasi tersebut membentuk citra perusahaan di mata publik. Dalam proses pembuatan naskah penulis menggunakan berbagai teknik persuasif, serta menonjolkan keunggulan, penggunaan testimoni, dan penggambaran visi dan misi yang kuat untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan audiens. Teknik-teknik ini di harapkan dapat membangun narasi yang meyakinkan dan memperkuat identitas RASI FM di kalangan pendengar dan masyarakat luas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa komunikasi persuasif yang dirancang dengan baik dalam narasi company profile dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif tentang perusahaan dan meningkatkan loyalitas audiens, hal tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi RASI FM Magetan.

Kata Kunci: Komunikasi persuasif, narasi, company profile, Rasi FM Magetan.