

**KONSEP PERSUASIF DALAM PEMBUATAN *VIDEO COMPANY*
*PROFILE DESA MARGOLUWIH, YOGYAKARTA***

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

Muhammad Alim Shiddiq
18.96.0637

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**KONSEP PERSUASIF DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY
PROFILE DESA MARGOLUWIH, YOGYAKARTA**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Muhammad Alim Shiddiq
18.96.0637

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

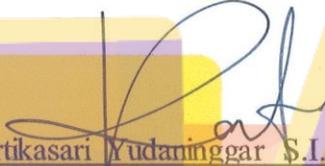
**KONSEP PERSUASIF DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY
PROFILE DESA MARGOLUWIH, YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Alim Shiddiq
18.96.0637

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada (9 Juli 2024)

Dosen Pembimbing,



Kartikasari Yudaningsih S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**KONSEP PERSUASIF DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE
DESA MARGOLUWIH, YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Alim Shiddiq
18.96.0637

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 17 OKTOBER 2024

Nama Penguji

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A
190302363/0504048702

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
190302475/0525058803

Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A
190302444/0509029101

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, ST., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

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, 15 OKTOBER 2024



Muhammad Alim Shiddiq

18.96.0637

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:

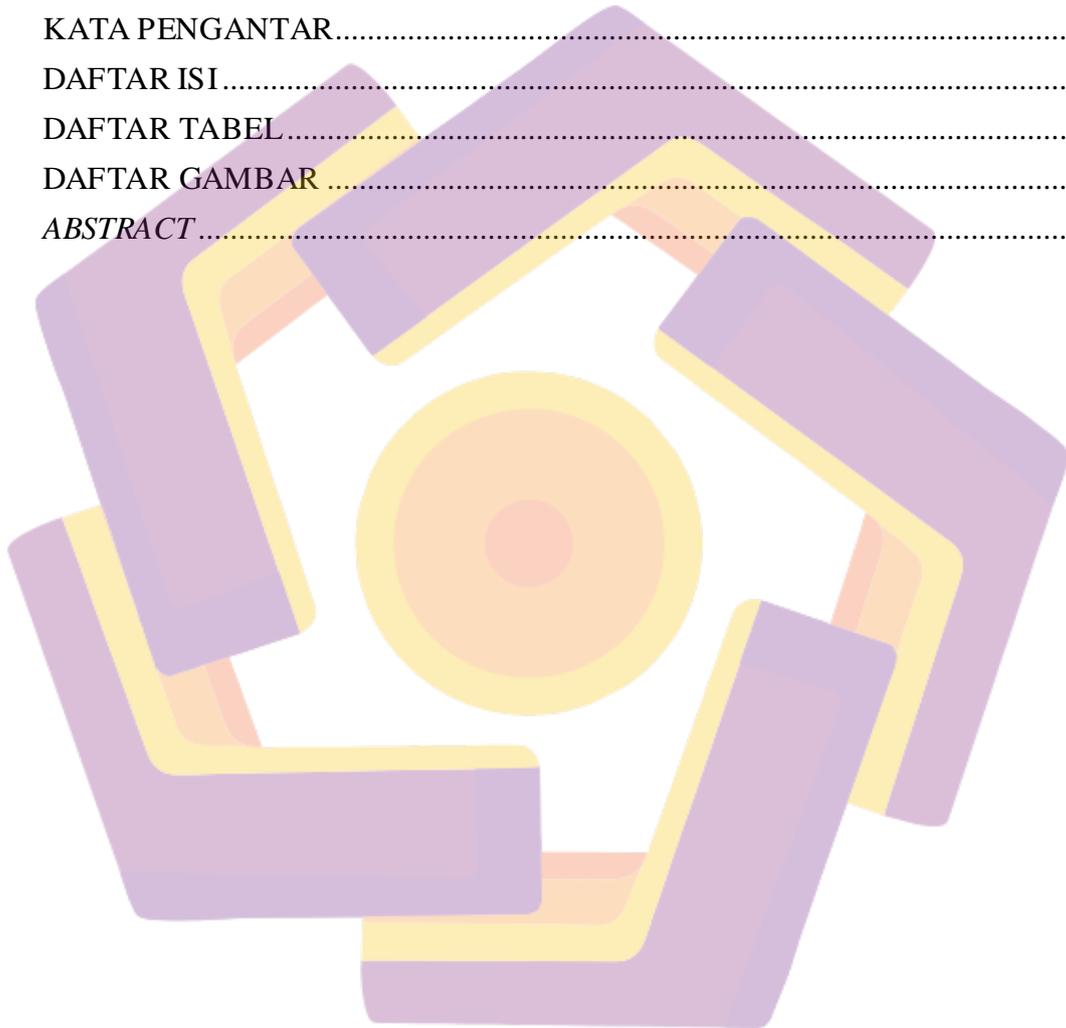
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.A selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Pembimbing Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang selalu terbuka kepada mahasiswa dalam melakukan bimbingan tugas akhir, dan selalu memberikan motivasi, arahan, dan dorongan serta dukungan agar bisa menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
5. Kepada kedua Orang Tua Tonny Febianto dan Siti Qomariyah yang selalu mendoakan, membimbing, dan selalu memberikan dukungan motivasi agar tetap semangat mengerjakan tugas akhir.
6. Kepada seluruh keluarga tersayang yang selalu senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyelesaian tugas akhir.
7. Kepada Pemerintahan Kalurahan Margoluwih.

Yogyakarta, 11 Januari 2023

Muhammad Alim Shiddiq

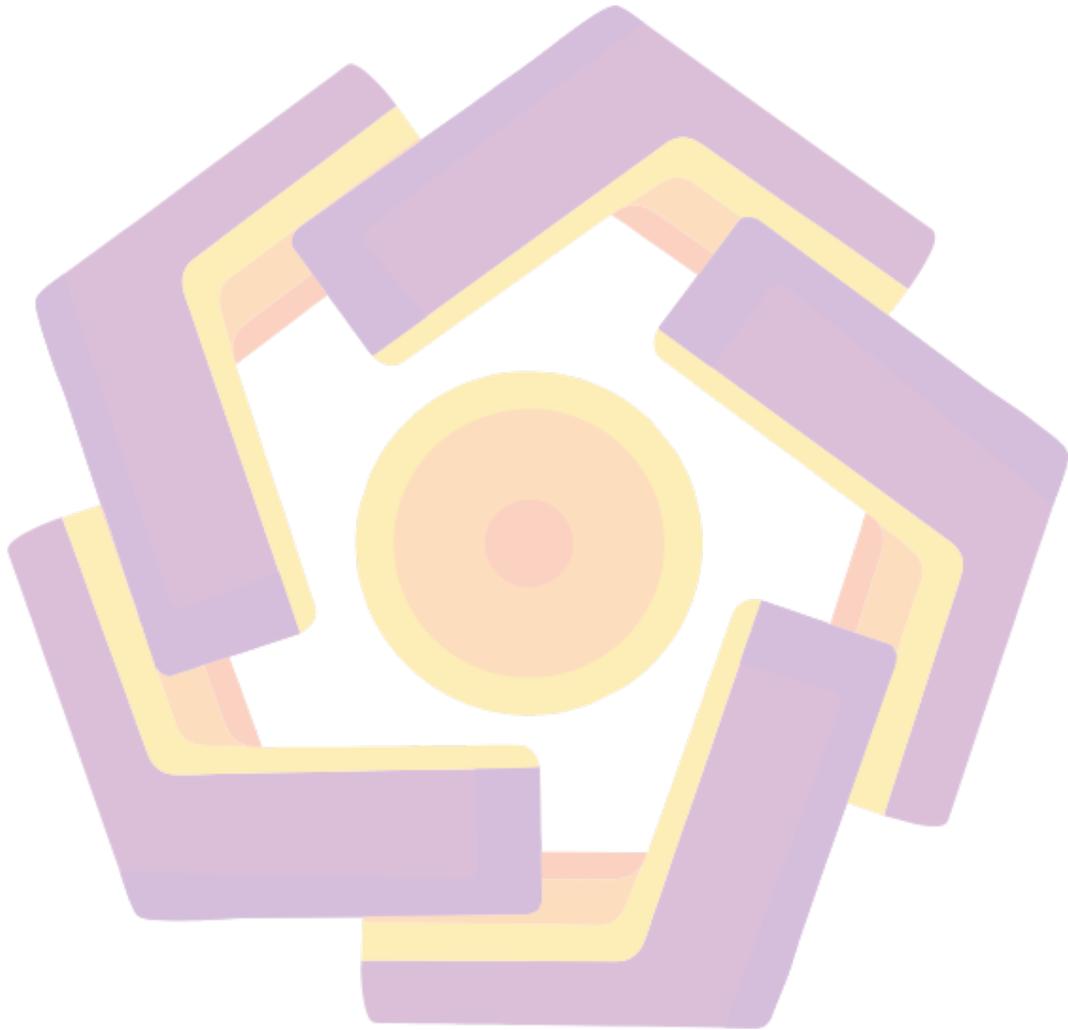
DAFTAR ISI

KONSEP PERSUASIF DALAM PEMBUATAN <i>VIDEO COMPANY PROFILE</i> DESA MARGOLUWIH, YOGYAKARTA	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix



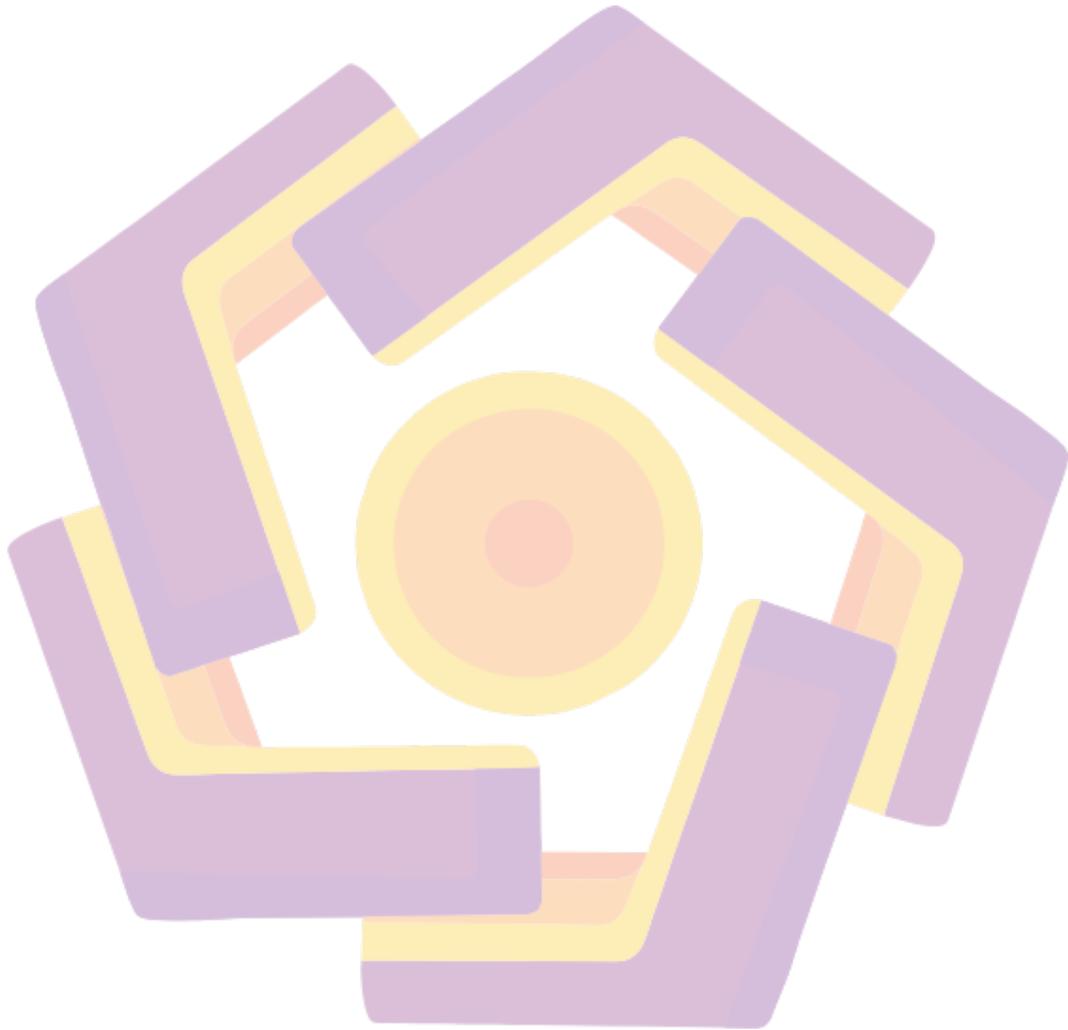
DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1</i>	Referensi Karya Sebelumnya	4
<i>Tabel 4.2.1</i>	Jadwal Pra Produksi	29
<i>Tabel 4.2.2</i>	Jadwal Produksi	31
<i>Tabel 4.2.3</i>	Jadwal Pasca Produksi	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Referensi Video	6
Gambar 2. Lomba Kalurahan Inovatif Margoluwih	25



ABSTRACT

Communication is a process of delivering messages that can influence the intended audience. Persuasive communication is a communication that can invite and influence the audience by changing behavior in a more positive direction. Persuasive communication can be used as an educational method for the community. Margoluwih is a village or sub-district in Sleman district. In this case, the author collaborated with the Margoluwih sub-district to produce a company profile video with the concept of Persuasive communication theory. In the production of this company profile video, the author is the director who supervises and leads the production process. The author focuses on cinematic elements and the application of the concept of persuasive communication.

Keywords: *Persuasive Communication, Director, Margoluwih, Video Company Profile*



ABSTRAK

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat mempengaruhi khalayak yang dituju. Komunikasi persuasif adalah sebuah komunikasi yang dapat mengajak dan mempengaruhi khalayak dengan mengubah perilaku kearah yang lebih positif. Komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai metode edukasi kepada masyarakat. Margoluwih merupakan sebuah desa atau kalurahan di kabupaten Sleman. Dalam hal ini penulis berkolaborasi dengan kalurahan Margoluwih untuk memproduksi video company profile dengan konsep teori komunikasi Persuasif. Dalam produksi pembuatan video company profile ini penulis adalah sebagai sutradara yang mengawasi dan memimpin proses produksi. Penulis berfokus pada unsur sinematik, dan penerapan konsep komunikasi persuasif.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Sutradara, Margoluwih, *Video Company Profile*

