

**KOMUNIKASI PERSUASIF KAPANEWON KALASAN DALAM
PENERAPAN DIGITALISASI PADA PEDAGANG**

SKRIPSI



Disusum Oleh

Yudanto Rizkiarif
20.96.2173

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

**KOMUNIKASI PERSUASIF KAPANEWON KALASAN DALAM
PENERAPAN DIGITALISASI PADA PEDAGANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar sarjana
pprogram Studi Ilmu Komunikasi



Disusum Oleh

Yudanto Rizkiarif
20.96.2173

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

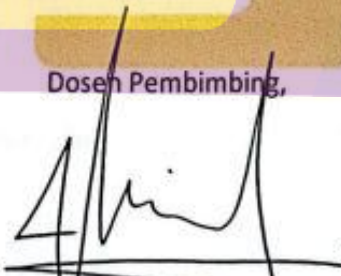
**KOMUNIKASI PERSUASIF KAPANEWON KALASAN DALAM
PENERAPAN DIGITALISASI PADA PEDAGANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yudanto Riskyarif
20.96.2173

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 07 Januari 2025

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**KOMUNIKASI PERSUASIF KAPANEWON KALASAN DALAM
PENERAPAN DIGITALISASI PADA PEDAGANG UMKM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yudanto Riskyarif
20.96.2173

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 26 Februari 2025

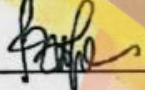
Nama Penguji

Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A.
NIK. 190302659

Audith M. Turmudhi, Drs., MM
NIK. 190302358

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

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
26 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINILITAS

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

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

Yogyakarta, 12 Februari 2025



Yudanto Riskyarif
NIM 20.96.2173

MOTTO

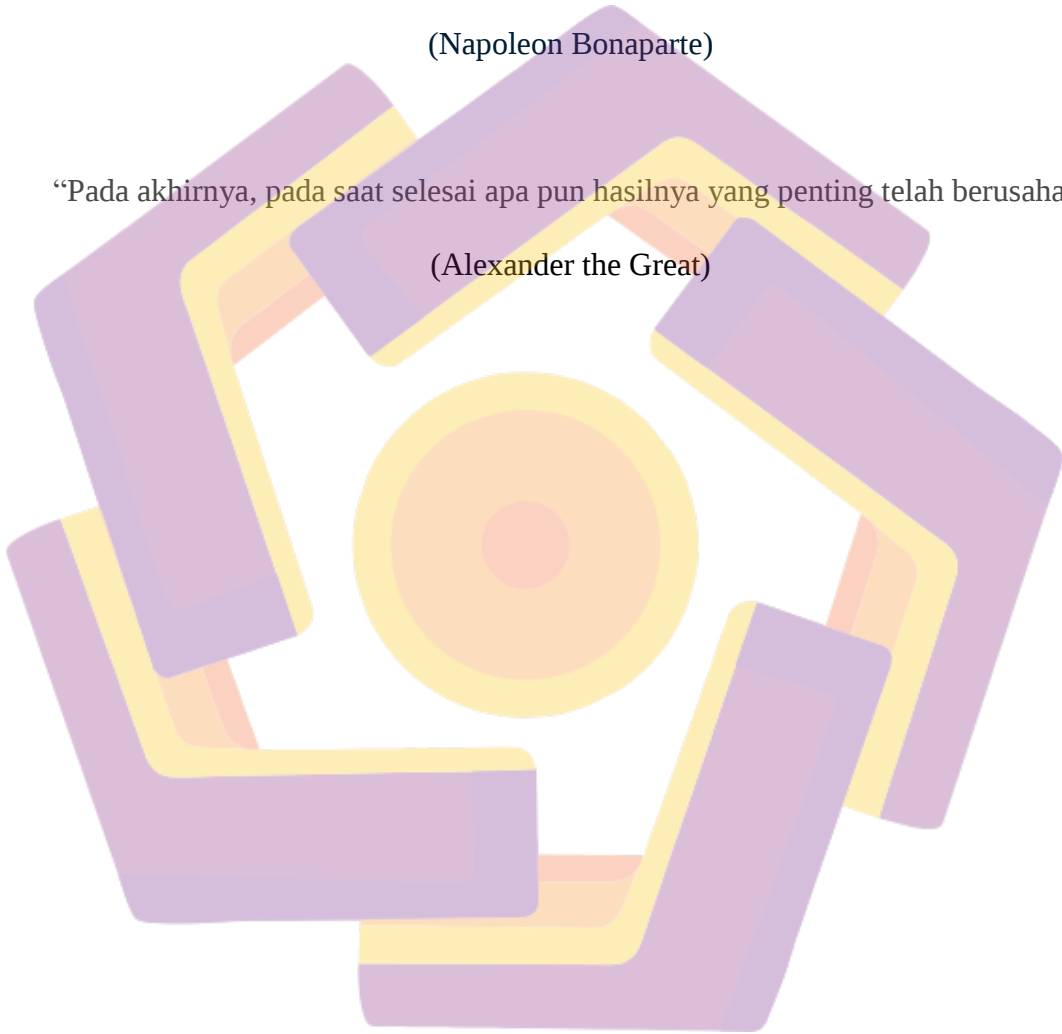
“Keberanian adalah terus maju pada saat tidak memiliki kekuatan”

“Kemenangan adalah milik yang paling gigih”

(Napoleon Bonaparte)

“Pada akhirnya, pada saat selesai apa pun hasilnya yang penting telah berusaha “

(Alexander the Great)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas Berkah, Rahmat, dan Hidayah Allah SWT, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karya ini saya persembahkan untuk;

Ayahanda dan Ibunda, beserta Saudara-saudaraku dengan kasih yang tersayang.

Teman-teman dalam pekerjaan yang selalu memberikan support terbaiknya

Almamater Tercinta Program Sarjana Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi Khususnya Angkatan 2020 Universitas Amikom Yogyakarta.

Terima kasih atas semua doa dan Dukungan yang selalu kalian berikan.

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kucintai,
dengan ketulusan hati.

Yudanto Rizkiarif

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif Kapanewon Kalasan dalam Penerapan Digitalisasi pada Pedagang UMKM.” Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses skripsi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom, M. Eng selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran, masukan, dan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada peneliti dengan tulus.
6. Kedua Orang Tua karena sudah memberikan dukungan serta apresiasi dalam penyusunan skripsi dalam bentuk materi, jasmani dan rohani.
7. Gusnav Faifan, S.Sos selaku Kepala Jawatan Kemakmuran, Budi Santosa, S.IP, M.Si selaku Kepala Jawatan Sosial, dan Marliasih Mugawati, S.P., selaku Kepala Jawatan Umum untuk turut serta dalam responden penelitian, beserta rekan staf Kapanewon Kalasan, yang sudah membantu proses penelitian skripsi.

8. Rehan Pamungkas dan Yudhi Setyawan sebagai pelaku UMKM Kuliner di Kapenawon Kalasan yang turut berkontribusi dalam responden penelitian
9. Para teman-teman dan juga sahabat yang sudah memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi.

Skripsi ini disusun dengan segala keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi kecil dalam pemahaman praktis ilmu komunikasi dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ini. Demikianlah kata pengantar ini penulis sampaikan.

Terima kasih.

Yogyakarta, 10 Februari 2025

(Yudanto Rizkiarif)

MOTTO

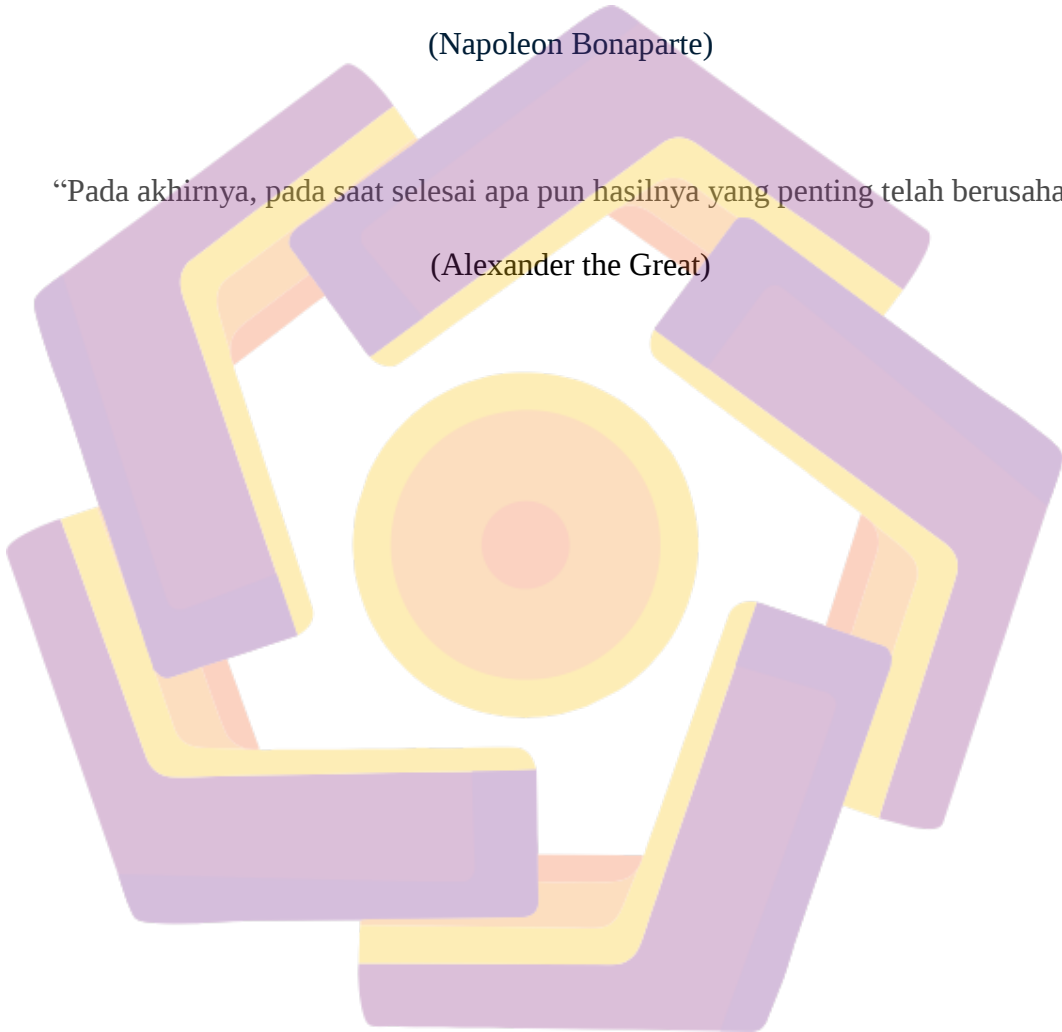
“Keberanian adalah terus maju pada saat tidak memiliki kekuatan”

“Kemenangan adalah milik yang paling gigih”

(Napoleon Bonaparte)

“Pada akhirnya, pada saat selesai apa pun hasilnya yang penting telah berusaha “

(Alexander the Great)

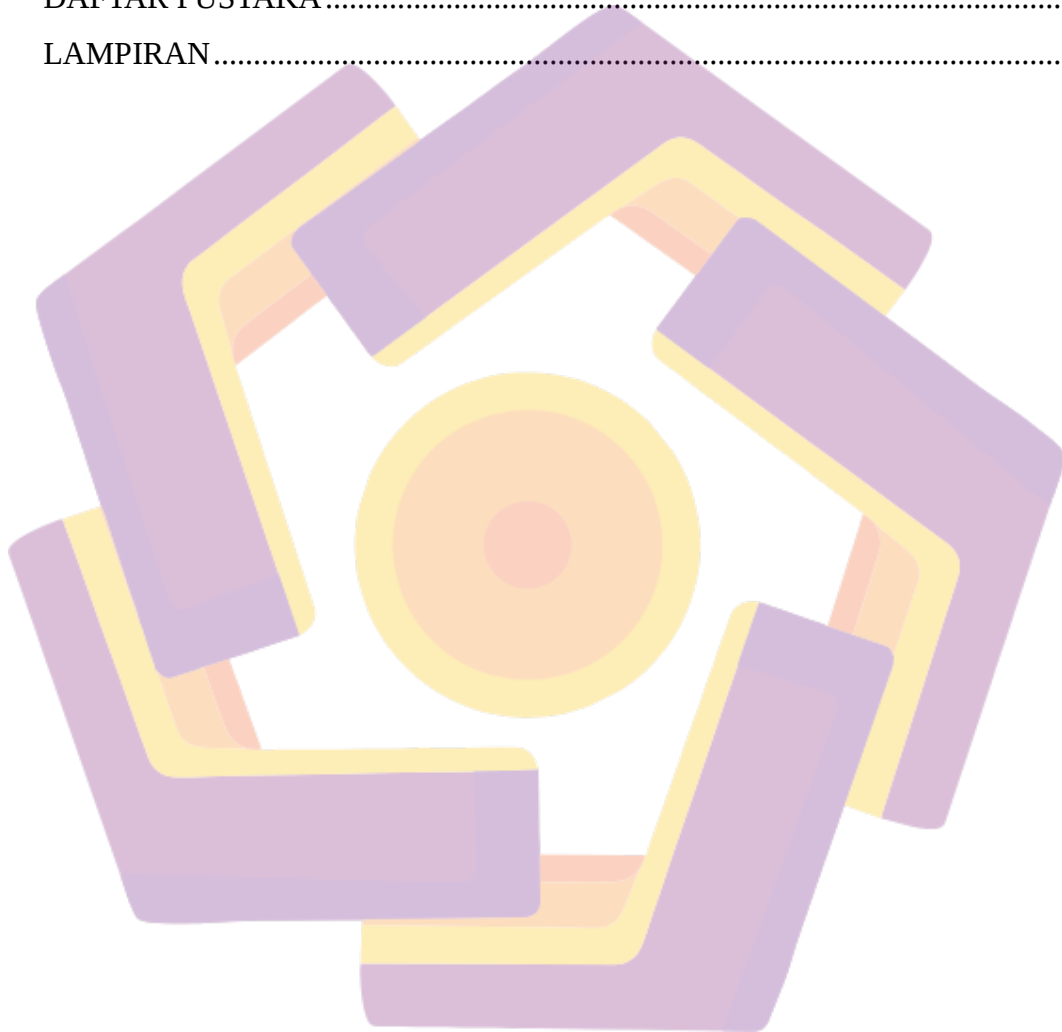


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.6 Setting Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Komunkasi Persuasif	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi Persuasif	12
2.1.2 Tujuan Komunikasi Persuasif	14

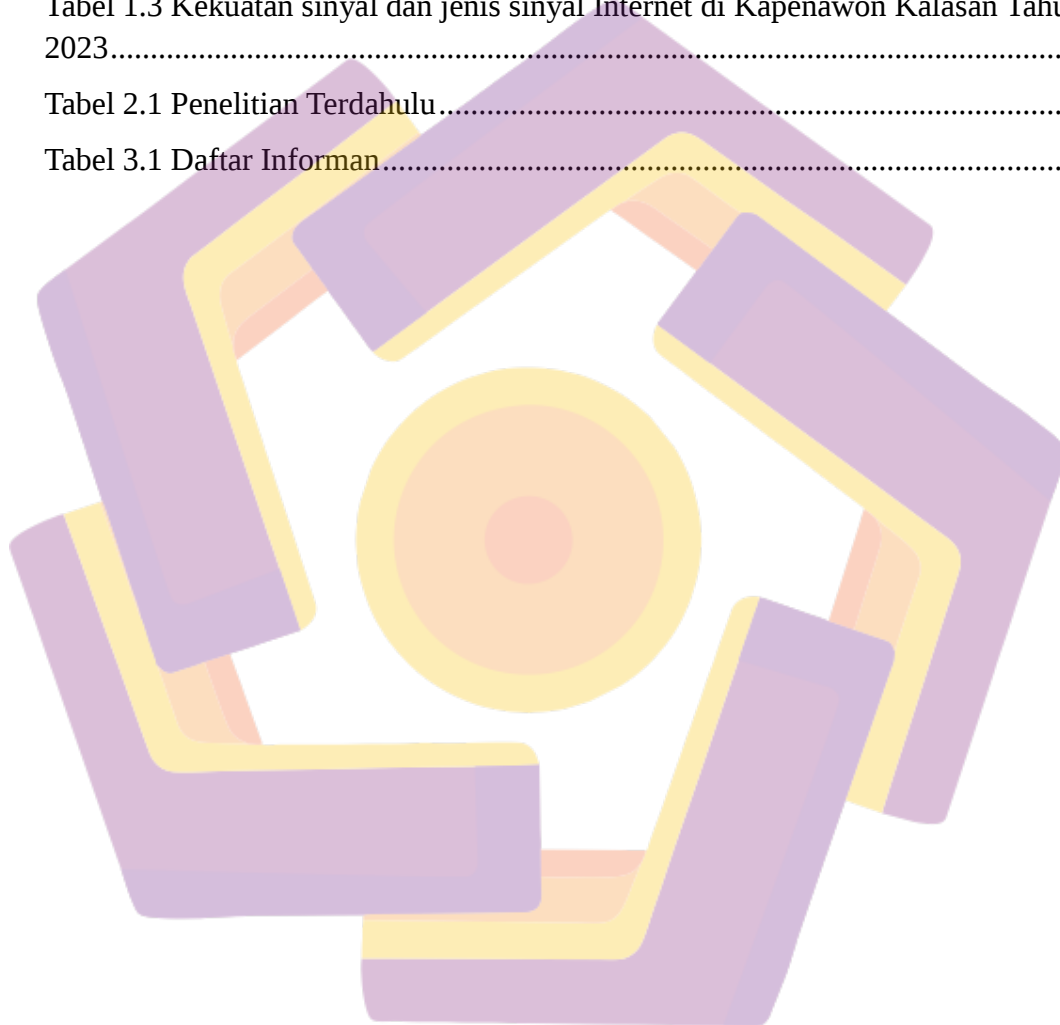
2.1.3	Unsur Komunikasi Persuasif.....	17
2.1.4	Prinsip Komunikasi Persuasif	19
2.1.5	Model Komunikasi Persuasif	21
2.2	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	22
2.3	Digitalisasi UMKM	24
2.4	Tantangan Digitalisasi UMKM	25
2.5	Potensi Digitalisasi UMKM	27
2.6	Penelitian Terdahulu	30
2.7	Kerangka Berfikir	35
BAB III		37
METODE PENELITIAN		37
3.1	Paradigma Penelitian	37
3.2	Pendekatan Penelitian	37
3.3	Fokus Penelitian	38
3.4	Metode Penelitian	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Sumber Data	41
3.7	Waktu dan Tempat Penelitian	42
3.8	Informan Penelitian	42
3.9	Objek Penelitian	45
3.10	Subjek Penelitian	46
3.11	Teknik Analisis Data.....	46
3.11.1	Reduksi Data	46
3.11.2	Penyajian Data	47
3.11.3	Penarikan Kesimpulan	47
3.12	Keabsahan Data	47
BAB IV		49
ANALISIS DANA PEMBAHASAN		49
5.1	Hasil Penelitian.....	49
5.1.1	Pendekatan Komunikasi Persuasif Kapenawon Kalasan	49

5.1.2	Personalisasi Komunikasi Persuasif Kapenawon Kalasan.....	55
5.1.3	Hasil Komunikasi Persuasif Kapenawon Kalasan	59
5.2	Pembahasan	61
BAB V.....		64
PENUTUP.....		64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kapenawon Kalasan	4
Tabel 1.2 Jumlah menara BTS dan operator telekomunikasi kapenawon Kalasan tahun 2023.....	5
Tabel 1.3 Kekuatan sinyal dan jenis sinyal Internet di Kapenawon Kalasan Tahun 2023.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	45

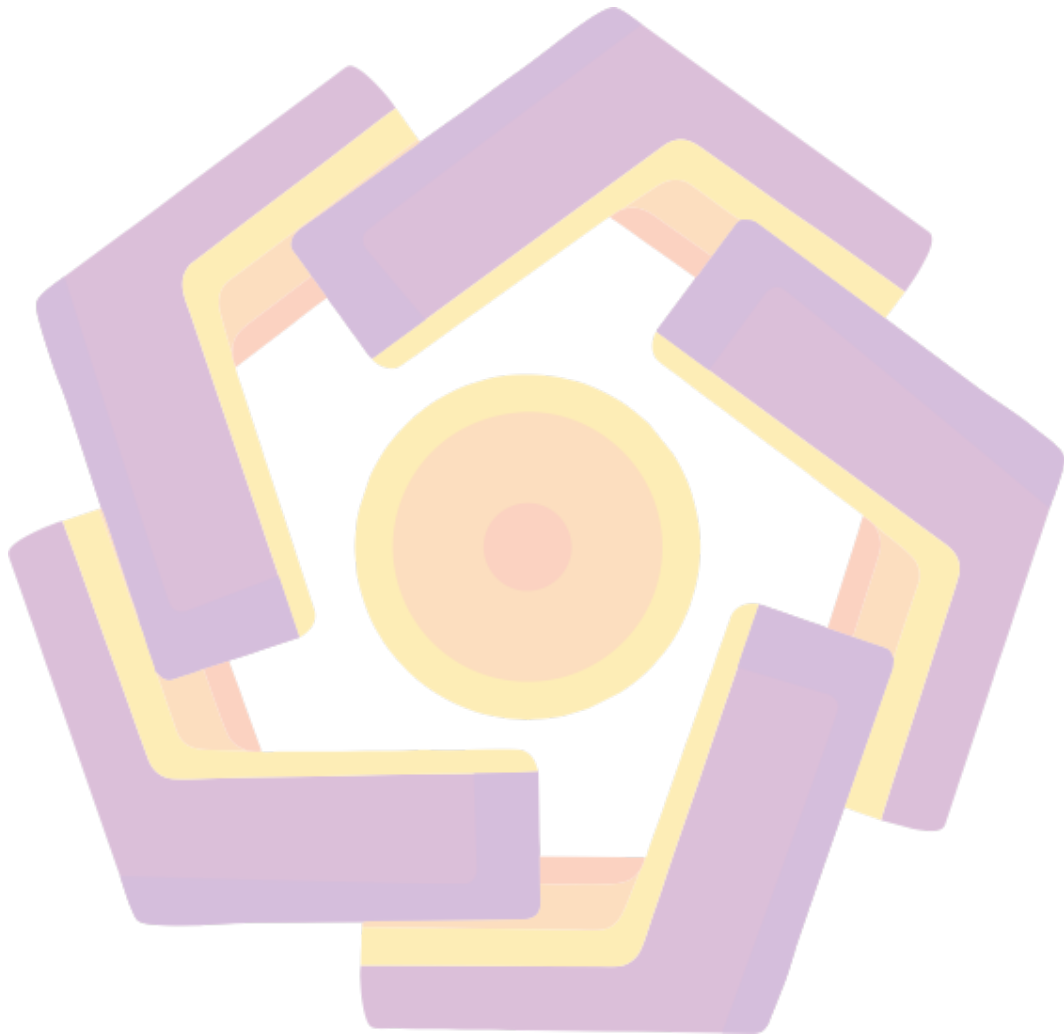


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.1 Forum komunikasi dengan Facebook	50
Gambar 4.2 Forum komunikasi dengan Instagram	51
Gambar 4.3 Forum komunikasi dengan website.....	52
Gambar 4.4 Pengukuhan forum komunikasi UMKM Kalasan.....	54
Gambar 4.5 Personalisasi dalam komunikasi persuasif	56
Gambar 4.6 UMKM yang telah mempergunakan QRIS.....	60
Gambar 4.7 Pameran UMKM	60
Gambar 4.8 Foto penelitian pihak yang berwenang dalam Komunikasi Persuasif di Kepnawon Kalasan	69
Gambar 4.9 Foto penelitian pelaku Umkm di Kepnawon Kalasan.....	69
Gambar 4.10 Foto wawancara responden	69
Gambar 4.11 QRIS digitalisasi UMKM responden	70
Gambar 4.12 UMKM responden.....	70
Gambar 4.13 Lokasi penelitian	70

DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi Penelitian	69
2. Berkas Penelitian.....	71



INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi persuasif yang efektif agar berkontribusi suksesnya program digitalisasi UMKM oleh pemerintah daerah tingkat Kapenawon Kalasan. Komunikasi persuasif dilaksanakan secara langsung melalui pertemuan rutin dalam Forum Komunikasi UMKM dengan peran komunikator yang menarik perhatian, minat audien dapat dibangun, menggugah keinginan audiens, dan memberikan dorongan audiens untuk bertindak. Komunikator memegang peran krusial dengan menyampaikan pesan yang jelas, logis, dan emosional, serta didukung oleh kredibilitas dan keahlian di bidang digitalisasi UMKM. Selain itu, Kapenawon Kalasan juga memanfaatkan komunikasi persuasif tidak langsung dengan mempergunakan ragam media sosial dalam menyampaikan informasi dengan potensi jumlah audiens yang lebih banyak. Pesan yang disampaikan dirancang untuk memengaruhi sikap dan perilaku UMKM agar beralih dari metode konvensional ke sistem digital. Efektivitas komunikasi persuasif diukur melalui umpan balik dari audiens, yang terlihat dari partisipasi aktif dan tindakan konkret UMKM, seperti pameran dan adopsi teknologi digital. Hasil penelitian memperjelas komunikasi persuasif Kapenawon Kalasan telah berhasil menciptakan kesepahaman, membangun kepercayaan, dan mendorong perubahan perilaku UMKM menuju transformasi digital. Dengan demikian, pendekatan komunikasi persuasif, baik langsung maupun tidak langsung, terbukti efektif dalam mendukung program pemerintah, khususnya dalam konteks pemberdayaan UMKM. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk mengembangkan komunikasi dengan strategi dan model yang lebih inovatif berkelanjutan guna meningkatkan efektivitas program serupa di waktu yang akan datang.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Digitalisasi UMKM, Model AIDA, Kapenawon Kalasan, Transformasi Digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of persuasive communication in contributing to the success of the digitalization program for UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) initiated by the local government of Kapanewon Kalasan. Persuasive communication was carried out directly through regular meetings within the UMKM Communication Forum, where communicators play a central role in capturing attention, generating audience interest, stimulating desire, and encouraging action. The communicator holds a crucial role by delivering messages that are clear, logical, and emotionally engaging, supported by credibility and expertise in the field of UMKM digitalization. Additionally, Kapanewon Kalasan employed indirect persuasive communication by utilizing various social media platforms to disseminate information to a broader audience. The messages were designed to influence the attitudes and behaviors of UMKM actors, encouraging a shift from conventional methods to digital systems. The effectiveness of this communication was measured through audience feedback, as reflected in active participation and concrete actions from UMKM actors, such as involvement in exhibitions and adoption of digital technologies. The findings demonstrate that persuasive communication by Kapanewon Kalasan has successfully fostered mutual understanding, built trust, and promoted behavioral change among UMKM actors toward digital transformation. Thus, both direct and indirect persuasive communication approaches have proven effective in supporting government programs, particularly in empowering UMKM. This study recommends the development of more innovative and sustainable communication strategies and models to enhance the effectiveness of similar programs in the future.

Keywords : Persuasive Communication, UMKM Digitalization, AIDA Model, Kapanewon Kalasan, Digital Transformation