

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**Penyutradaraan Videoklip “Ketjilbergerak Sinergi” Dengan  
Penerapan Konsep Komunikasi Persuasif**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**  
Asykar Dhiya'Ulhaq Shofiyan 18.96.0612

**Dosen Pembimbing:**  
Rivga Agusta, S.IP, MA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PENYUTRADARAAN VIDEOKLIP “KETJILBERGERAK SINERGI”  
DENGAN PENERAPAN KONSEP KOMUNIKASI PERSUASIF**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:  
**Asykar Dhiya’Ulhaq Shofiyan**  
**18.96.0612**

**Menyetujui,**  
**Dosen Pembimbing**

**Rivga Agusta, S.IP, MA**  
**(NIK. 190302319)**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**  
**Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom**  
**M.Eng**  
**NIK. 190302125**

**Erik Hadi Saputra, S.Kom.,**  
**NIK. 190302107**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Asykar Dhiya'Ulhaq Shofiyah  
NIM : 18.96.0612  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : 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, 07, Juli, 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Asykar Dhiya'Ulhaq Shofiyah  
NIM. 18.96.0612

## 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 selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Erik Hadi Saputra S.Kom., M. Eng Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Rivga Agusta, S.IP, MA selaku pembimbing skripsi yang telah menuntun, memberikan saran dan wawasan. Tanpa kemurahan hati beliau, skripsi ini tidak dapat tersusun dengan baik.
5. Ketjilbergerak, Mas Greg, Mbak Vanie, Mbak Nisrina sekeluarga, dan Jaringan pemuda desa yang telah membantu dan turut aktif dalam proses produksi videoklip “Sinergi!”.
6. Bapak Imam Sofi’i, Ibu Atik Sholihati, Mbak Siska, Dek Aisy, serta Aini Azizah yang turut serta memberikan dukungan moral dan materi selama penyusunan skripsi ini.
7. Tim Produksi dan Rekan-Rekan Ilmu Komunikasi 04 seperjuangan yang turut membantu dalam kelancaran proses produksi videoklip “Sinergi!”.

8. Semua pihak yang penulis tidak bisa disebutkan satu per satu, yang mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyusun dan menulis laporan skripsi ini, penulis sadar masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Maka, penulis berharap dapat mendapatkan saran dan kritik yang dapat membantu dalam menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.



Yogyakarta, 7 Juli 2022

Penulis,

Asykar Dhiya'Ulhaq S.

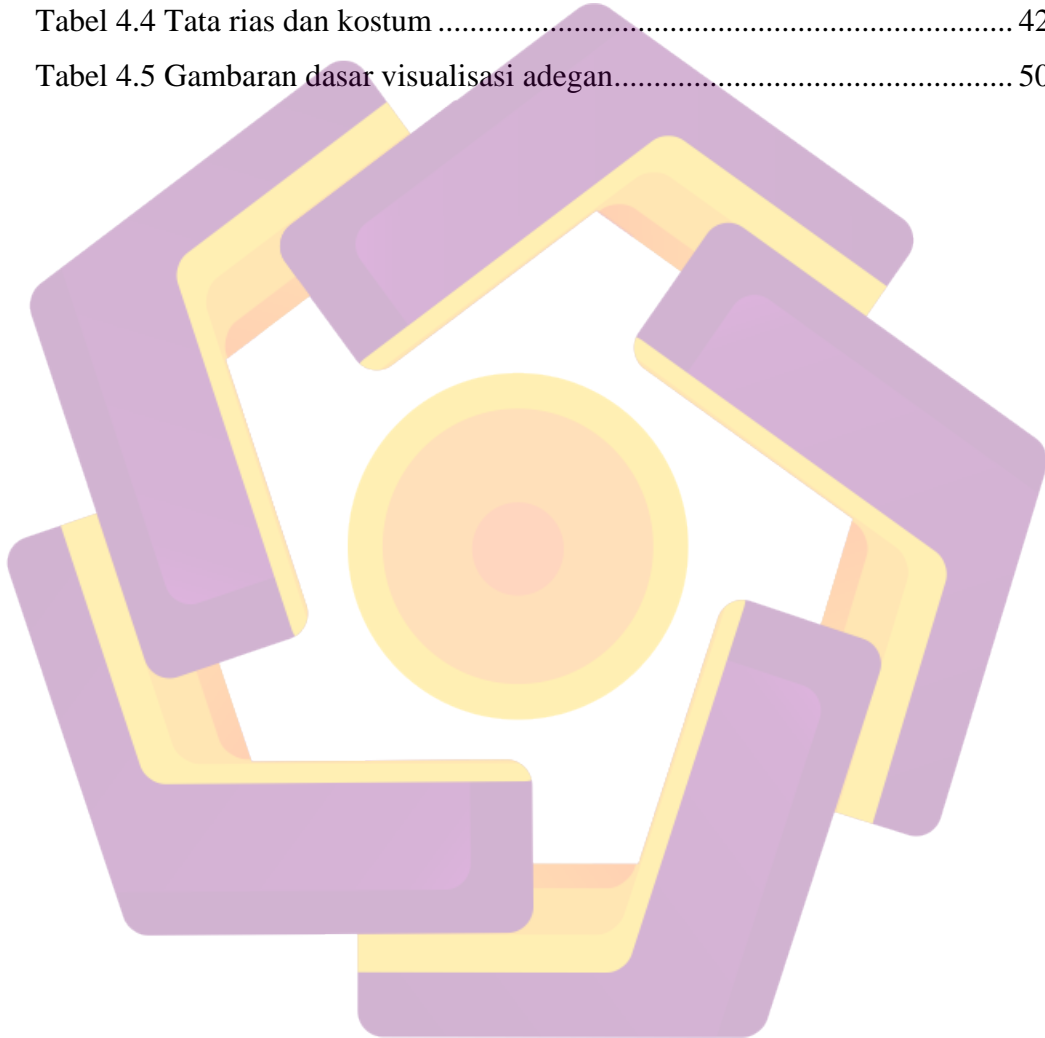
## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	1
ABSTRACT.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan .....	6
1.4 Manfaat .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Terdahulu .....	7
2.1.1 Referensi Karya.....	7
2.1.2 Referensi Video.....	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Komunikasi Persuasif.....	11
2.2.2 Videoklip .....	15
2.2.3 Penyutradaraan .....	18
2.2.4 Mise-en-scene.....	21
2.2.5 Jenis <i>Shot</i> .....	23

BAB III RENCANA RANCANGAN KARYA .....	27
3.1 Gambaran Rancangan Karya .....	27
3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i> . .....	27
3.1.2 Format Konten.....	27
3.1.3 Format Media .....	27
3.1.4 Volume Konten .....	28
3.1.5 Target Audiens .....	29
3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	30
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	30
BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN.....	31
4.1 Deskripsi Karya .....	31
4.2 Uraian Proses Produksi .....	32
4.2.1 Proses Penyutradaraan Videoklip “Sinergi!” .....	36
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	58
4.3.1 Kendala.....	58
4.3.2 Pemecahan Masalah .....	59
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi karya terdahulu .....	7
Table 4.1 Uraian tahap pra-produksi.....	33
Tabel 4.2 Uraian tahap produksi .....	35
Tabel 4.3 Uraian tahap pasca produksi .....	35
Tabel 4.4 Tata rias dan kostum .....	42
Tabel 4.5 Gambaran dasar visualisasi adegan.....	50

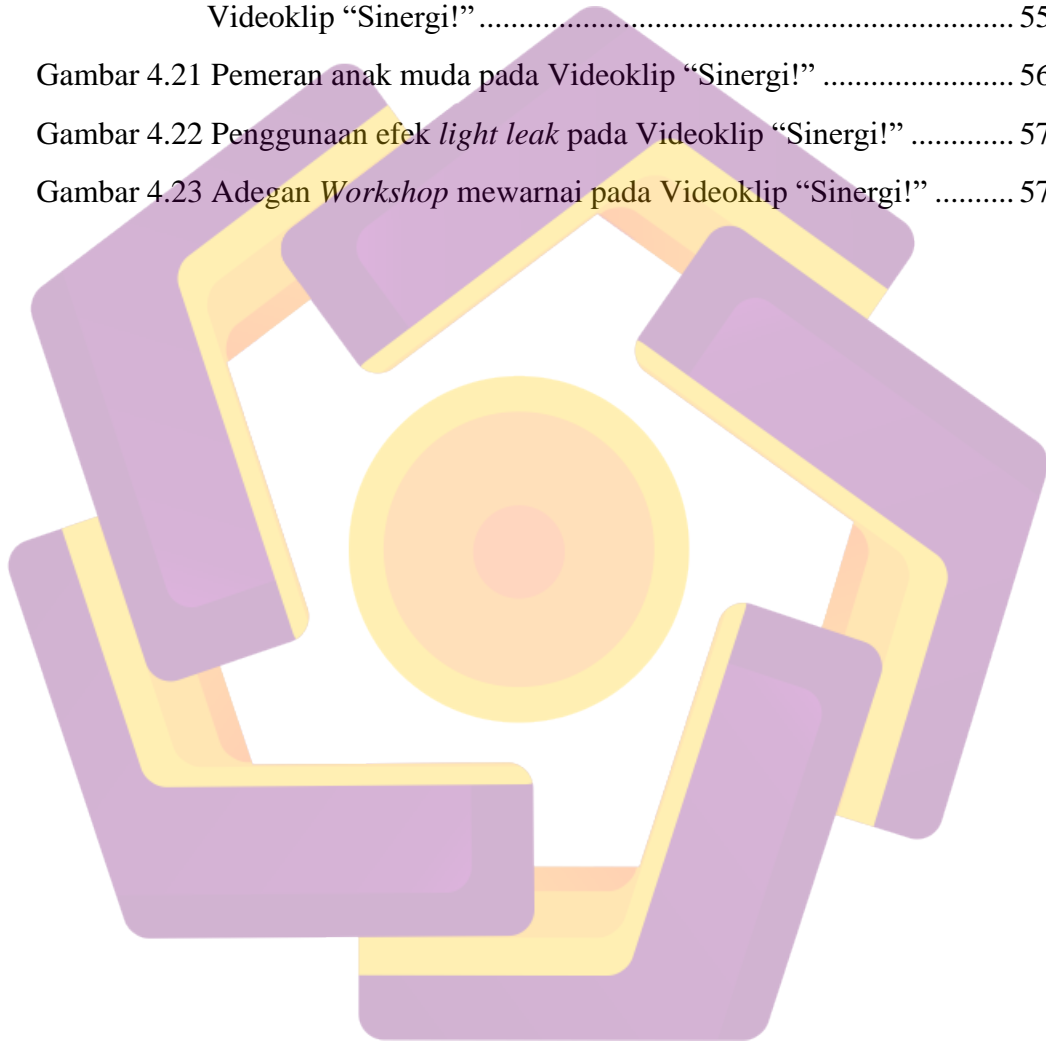




## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Videoklip “Wonderland Indonesia” Alffy Rev .....	10
Gambar 2.2 Videoklip “Antikorupsi” My Stereo Ill .....	10
Gambar 2.3 Videoklip “Sunset Di Tanah Anarki” Superman Is Dead.....	11
Gambar 2.4 Extreme Long Shot Video Youtube “Tutorial Videografi #3:Shot Types, Camera Angles & Rule Of Framing” GoenRock.....	24
Gambar 2.5 Long Shot dalam Video Youtube “Tutorial Videografi #3:Shot Types, Camera Angles & Rule Of Framing” GoenRock.....	25
Gambar 2.6 Medium Shot dalam Video Youtube “Tutorial Videografi #3: Shot Types, Camera Angles & Rule Of Framing” GoenRock.....	25
Gambar 2.7 Close-up dalam Video Youtube “Tutorial Videografi #3: Shot Types, Camera Angles & Rule Of Framing” GoenRock.....	26
Gambar 4.1 Rumah Tradisional pada Videoklip “Sinergi!” .....	37
Gambar 4.2 Pasar Tradisional pada Videoklip “Sinergi!” .....	38
Gambar 4.3 Pasar Tradisional pada Videoklip “Sinergi!” .....	38
Gambar 4.4 Pemilu pada Videoklip “Sinergi!” .....	39
Gambar 4.5 Pemilu pada Videoklip “Sinergi!” .....	39
Gambar 4.6 Lapangan pada Videoklip “Sinergi!” .....	40
Gambar 4.7 Workshop Mewarnai pada Videoklip “Sinergi!” .....	41
Gambar 4.8 Workshop Mewarnai pada Videoklip “Sinergi!” .....	41
Gambar 4.9 Latar Perbukitan pada Videoklip “Sinergi!” .....	42
Gambar 4.10 Adegan Indoor pada Videoklip “Sinergi!” .....	44
Gambar 4.11 Adegan kericuhan pada Videoklip “Sinergi!” .....	45
Gambar 4.12 Penampilan band di tengah kericuhan pada Video Klip “Sinergi!” .....	45
Gambar 4.13 Penggunaan Poster Tolak Politik Uang Pada Videoklip “Sinergi!” .....	46
Gambar 4.14 Poster Paslon pada Videoklip “Sinergi!” .....	47
Gambar 4.15 Spanduk Event Pemilu pada Videoklip “Sinergi!” .....	47

Gambar 4.16 Penggunaan Amplop pada Videoklip “Sinergi!” .....	48
Gambar 4.17 Penggunaan Papan Stand pada Videoklip “Sinergi!” .....	48
Gambar 4.18 Penggunaan Alat musik pada Videoklip “Sinergi!”.....	49
Gambar 4.19 Adegan penempelan poster pada Videoklip “Sinergi!” .....	55
Gambar 4.20 Adegan penolakan praktik politik uang pada Videoklip “Sinergi!” .....	55
Gambar 4.21 Pemeran anak muda pada Videoklip “Sinergi!” .....	56
Gambar 4.22 Penggunaan efek <i>light leak</i> pada Videoklip “Sinergi!” .....	57
Gambar 4.23 Adegan <i>Workshop</i> mewarnai pada Videoklip “Sinergi!” .....	57



## ABSTRAK

Komunikasi merupakan salah satu proses penyampaian pesan yang dapat mempengaruhi khalayak yang dituju. Komunikasi persuasif adalah sebuah komunikasi yang dapat mempengaruhi atau mengajak khalayak dengan mengubah perilaku ke arah yang lebih positif. Komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai metode edukasi kepada masyarakat. Ketjilbergerak merupakan sebuah komunitas edukatif yang menerapkan unsur kesenian di dalamnya. “Sinergi!” dari Ketjilbergerak merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai komunikasi persuasif. Dalam hal ini penulis berkolaborasi dengan Ketjilbergerak untuk memproduksi videoklip persuasif dengan konsep antikorupsi. Peran penulis dalam produksi videoklip adalah sebagai sutradara yang mengawasi dan memimpin proses produksi. Penulis berfokus pada unsur sinematik, penyutradaraan dan penerapan konsep komunikasi persuasif. Hasil dari tugas akhir produksi videoklip “Sinergi!” adalah memvisualisasikan musik “Sinergi!” sesuai dengan konsep dan penerapan komunikasi persuasif.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Sutradara, Videoklip, Ketjilbergerak,

## ABSTRACT

*Communication is one of the processes of delivering messages that can affect the intended audience. Persuasive communication is communication that can influence or invite audiences by changing behavior in a more positive direction. Persuasive communication can be used as a method of educating the public. Ketjilbergerak is an educational community that applies elements of art in it. “Sinergi!” from Ketjilbergerak is one of the methods used for persuasive communication. In this case, the author collaborates with Ketjilbergerak to produce a persuasive video clip with an anti-corruption concept. The writer's role in the production of video clips is as a director who oversees and leads the production process. The author focuses on cinematic elements, directing and applying the concept of persuasive communication. The result of the final project for the production of the video clip “Sinergi!” is to visualize the music “Sinergi!” in accordance with the concept and application of persuasive communication.*

**Keywords:** Persuasive Communication, Director, Music video, Ketjilbergerak,