

**PENYUSUNAN PESAN PERSUASIF “FRONT OF HOUSE ENTERTAINMENT”
DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT GOOD VIBES FESTIVAL MELALUI
INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

BRIGITA ARCCITA WIDISANTI

170906248

**PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENYUSUNAN PESAN PERSUASIF “FRONT OF HOUSE
ENTERTAINMENT” DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT GOOD
VIBES FESTIVAL MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

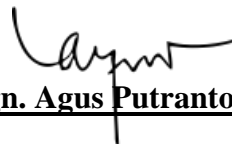
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

BRIGITA ARCCITA WIDISANTI

170906248

disetujui oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENYUSUNAN PESAN PERSUASIF “FRONT OF HOUSE ENTERTAINMENT” DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT GOOD VIBES FESTIVAL MELALUI INSTAGRAM**

Penyusun : Brigita Arccita Widisanti

NPM : 170906248

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 20 Januari 2022

Pukul : 10.00

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih

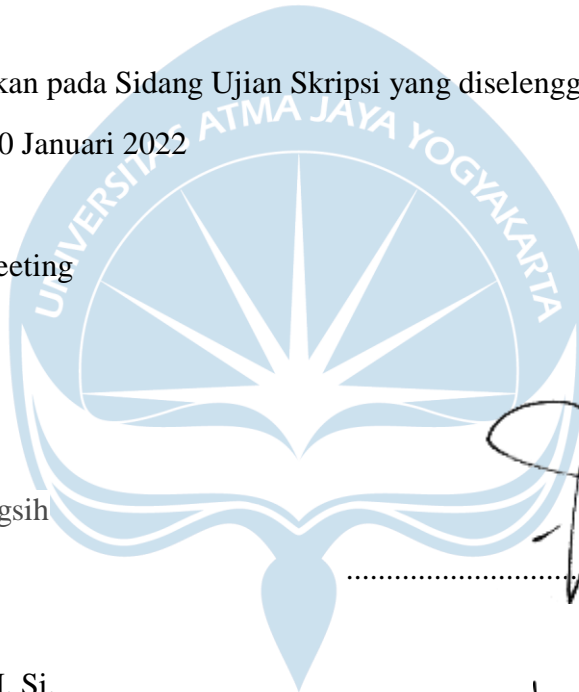
Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si.

Penguji I

Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

BRIGITA ARCCITA WIDISANTI

No, Mhs : 170906248/ KOM

Penyusunan Pesan Persuasif “Front Of House Entertainment” dalam Mempromosikan Event Good Vibes Festival Melalui Instagram

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada aspek penyusunan pesan persuasif yang dilakukan oleh FOH Entertainment dalam mempromosikan *event* Good Vibes Festival melalui Instagram. Pesan persuasif merupakan pesan yang sengaja diciptakan *persuader* untuk mempengaruhi *persuadee*, dalam artian pesan dirancang untuk membentuk perubahan pada diri khalayak sasaran.

Pesan bekerja untuk menggerakkan khalayak sasaran, dengan cara mengubah sikap, nilai dan keyakinan individu. Hal tersebut dicapai dengan mentransmisikan pesan pada khalayak sasaran dalam situasi yang bebas paksaan. Adapun, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara terperinci aspek penyusunan pesan persuasif yang dilakukan oleh FOH Entertainment dalam mempromosikan event Good Vibes Festival melalui Instagram. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, sehingga hasil akhir penelitian diharapkan dapat memberikan penjelasan yang komprehensif terkait penyusunan pesan persuasif yang dilakukan oleh FOH Entertainment.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pesan persuasif FOH Entertainment disusun melalui tahapan berikut: survei lapangan pada subjek terpilih, perincian tujuan berdasarkan fakta di lapangan dan penyusunan strategi komunikasi. Survei lapangan menghasilkan tema pesan yang merupakan inti pesan persuasif. Inti pesan tersebut kemudian dikembangkan menjadi tiga kategori pesan persuasif: konten adaptif, konten *marketing* dan konten *selling*. Kategorisasi pesan dimaksudkan untuk membagi pesan berdasarkan tujuan spesifik yang ingin dicapai pada periode waktu tertentu. Adapun, pesan persuasif tersebut disusun dengan memperhatikan strukturasi pesan (inti pesan), pengembangan isi pesan yang berorientasi pada tujuan serta pengayaan bahasa, untuk mendorong tercapainya tujuan komunikasi yang dilakukan.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Strategi Komunikasi Persuasif, Penyusunan Pesan Persuasif

KATA PENGANTAR

Terima kasih Tuhan, Bunda Maria dan Roh Kudus, atas kasih sayang, kekuatan, bimbingan, petunjuk dan kesabaran yang dikaruniakan bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini, dengan judul skripsi PENYUSUNAN PESAN PERSUASIF “FRONT OF HOUSE ENTERTAINMENT” DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT GOOD VIBES FESTIVAL MELALUI INSTAGRAM. Alhamdulillah, saya bisa mengerjakan tugas akhir ini dengan cara halal dan tidak menggunakan jalur PATAS apapun. Atas segala doa, air mata, sambatan dan kesakitan yang terjadi selama proses mengerjakan skripsi ini, saya tiada henti mengucap syukur untuk orang-orang hebat di sekitar saya, yang selalu menjadi motivasi saya untuk terus melangkah. Saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Bu Atik, Ibu saya yang selalu ada di saat saya terjatuh maupun saat saya menjadi juara. Terima kasih ya bu, *for everything*. Pak Widi, Bapak saya yang selalu menjadi motivasi saya untuk menjadi sarjana pertama di keluarga kecil kami. Akhirnya anakmu bertoga juga Pak, Buk. Semoga “Brigita” bisa selalu menyumbang kebahagiaan yang dihantarkan melalui “Arccita” untuk “Widisanti”. *I love you two!*
2. Bapak Ignasius Agus Putranto, M. Si. Yang selalu sabar membimbing saya dari awal hingga selesai. Mahasiswi yang paling ngga dongan, tapi sabar banget ngebimbingnya! Terima kasih ya Pak, sehat selalu! :D
3. FOH Entertainment, khususnya Mba Sinta, Mas Yosua, Mba Tetep, Mas Widhi dan Mba Olga, atas segala dukungan serta izin yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
4. Mas Adrian dan kedua orang tua yang saya hormati, Om Agus dan Tante Indri. Terima kasih atas segala doa, waktu dan dukungan yang diberikan untuk Gita selama proses menyelesaikan skripsi. Lumayan, kalau main ke Lampung nanti sudah nyicil ayam bawa ijazah. HEHEHEHE :D
5. Ilvin dan Mas Alwrksm, sahabat-sahabatku yang paling ONE CALL AWAY nya Charlie Puth dan COUNT ON ME nya Bruno Mars in real life! Lemme count.. 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 udah bener belum? Gak ada duanya ya? Iya sama kaya kalian gak ada duanya! :p Makasih ya udah selalu “Yok, mangkat!” “Yok tak kancani!” “Sing tenang, tak tunggoni kok.” “Kabarin kalau udah sampe!”. Those words mean everything to me!
6. Syeva Toge, Herry Tabuti dan Yesi Yul, motivatorku yang kata-katanya selalu berkesan di hati. HASYAAHH xD!! Terima kasih fwendsss! Sukses, sukses, sukses untuk kita! Cheers!
7. Genk Wakanda/Ajinomoto, maafkan aku yang selama ini selalu absen buat bakar-bakar karna fokus kerja dan skripsian. Yok, legacy Wakanda yang

masih berproses, semoga segera kukutan dan yang masih di tempat semoga segera menemukan titik terang :) YOK BISA YOK!

8. KELUARGA BESAR KRU PLUS-PLUS MYPRO KOMUNIKA, matur mbah uwun atas izin cuti not cuti yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan Njoki Njuki Njoko dan kawan-kawannya! :p Kalian membuat saya bersyukur *half death*!! Sekali lagi terima kasih, sekarang saya siap dibladeg event seabruk!!!
9. My Guardian Angels, yang tidak kasat mata namun selalu menjelma dalam wujud jam digital maupun plat nomor kendaraan. Meskipun sukanya muncul mak jegagik, tapi terima kasih sudah membimbing intuisiku selama mengerjakan skripsi ya, kelak kita bertemu *in the other universe!* 21.21



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brigita Arceita Widisanti

NPM : 170906248

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENYUSUNAN PESAN PERSUASIF “FRONT OF HOUSE ENTERTAINMENT” DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT GOOD VIBES FESTIVAL MELALUI INSTAGRAM**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 31 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



Brigita Arceita Widisanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	17
E. Kerangka Teori	18
1. Komunikasi Persuasif	18
2. Strategi Komunikasi Persuasif	22
3. Pesan dalam Komunikasi Persuasif	26
F. Kerangka Konsep	36
G. Metodologi Penelitian	41
BAB II	53
A. Sejarah FOH Entertainment	53
B. Profil Event Good Vibes Festival	58
C. Lokasi FOH Entertainment	61
D. Program / Layanan FOH Entertainment	61
E. Struktur Organisasi FOH Entertainment	63
BAB III	65
A. HASIL TEMUAN DATA	66
B. ANALISIS HASIL TEMUAN DATA	143
a. Proses pengorganisasian struktur pesan	151

BAB IV	188
A. KESIMPULAN	188
1. Saran Akademis	194
DAFTAR PUSTAKA	195
LAMPIRAN	1
INTERVIEW GUIDE	1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Promosi Event GVF di Beberapa Kafe	9
Gambar 2	Promosi Event GVF di Media Online.....	10
Gambar 3	Promosi Event GVF di Media Cetak.....	10
Gambar 4	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 5	Logo Front Of House Entertainment	54
Gambar 6	Baliho pada Event Lokaswara 2019.....	56
Gambar 7	Liputan Media Online pada Event Virtual Launching All New Honda CBR150R	56
Gambar 8	Dokumentasi Event Good Vibes Festival.....	60
Gambar 9	Bagan Struktur Organisasi FOH Entertainment.....	63
Gambar 10	Bagan Proses Komunikasi FOH Entertainment	115
Gambar 11	Bagan Proses Penyusunan Strategi Komunikasi FOH Entertainment	118
Gambar 12	Konten Informasi Tiket di Instagram @Goodvibes.festival.....	140
Gambar 13	Konten Video Story di Instagram @Goodvibes.festival.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Narasumber Penelitian.....	44
Tabel 2	Konten Teaser/Gimmick dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	69
Tabel 3	Observasi Peneliti pada Konten Teaser dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	71
Tabel 4	Konten Video Story dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	74
Tabel 5	Observasi Peneliti pada Konten Video Story dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	79
Tabel 6	Konten Penjelasan Campaign #SpreadTheGoodVibes dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	84
Tabel 7	Observasi Peneliti pada Konten Visi & Misi Campaign dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	88
Tabel 8	Observasi Peneliti pada Konten Benefit Join Campaign dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	89
Tabel 9	Observasi Peneliti pada Konten Cara Join Campaign dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	90
Tabel 10	Observasi Peneliti pada Konten FAQ Campaign dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	91
Tabel 11	Konten Line Up Artist dalam Instagram @Goodvibes.festival....	94
Tabel 12	Observasi Peneliti pada Konten Line Up Artist dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	96
Tabel 13	Konten Informasi Tiket atau Sponsorship Partner dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	99
Tabel 14	Observasi Peneliti pada Konten Informasi Tiket dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	101
Tabel 15	Konten Brand Ambassador dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	104
Tabel 16	Observasi Peneliti pada Konten Brand Ambassador dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	107

Tabel 17	Konten Press Conference dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	110
Tabel 18	Observasi Peneliti pada Konten Press Conference dalam Instagram @Goodvibes.festival.....	112
Tabel 19	Analisis SWOT FOH Entertainment untuk event Good Vibes Festival.....	120
Tabel 20	Pesan Penutupan Aksi Donasi di Instagram @Goodvibes.festival.....	186

