



Sumber : Youtube Grab Indonesia, 2021

**SKIRSI :  
PESAN PERSUASIF VIDEO ANIMASI KAMPANYE SOSIAL  
“BERSATU UNTUK INDONESIA” (ANALISIS ISI VIDEO  
YOUTUBE GRAB INDONESIA)**

**Nama : ARINA SAFIRA HERLAND  
NIM : 1810411130**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Arina Safira Herland

NIM : 1810411130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Juli 2022

Yang menyatakan,



Arina Safira Herland



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Arina Safira Herland

NIM : 1810411130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi. : Pesan Persuasif Video Animasi Kampanye Sosial  
"Bersatu Untuk Indonesia" (Analisis Isi Video Youtube  
Grab Indonesia)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

### Pembimbing I



(Dra. Rini Riyantini, M.Si.)

### Penguji I



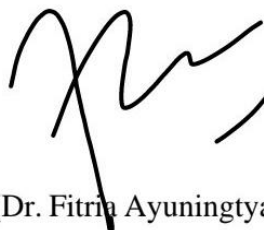
(Dra. Siti Maryam, M.Si.)

### Penguji II



(Dra. Herrina Sirnanuhuruk, MM.)

### Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si.)

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arina Safira Herland  
NIM : 1810411130  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive royalty fee) atas karya ilmiah yang berjudul:

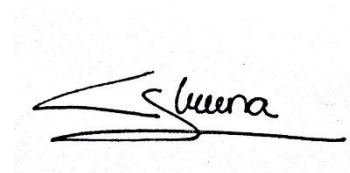
**Pesan Persuasif Video Animasi Kampanye Sosial “Bersatu Untuk Indonesia” (Analisis Isi Video Youtube Grab Indonesia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 4 Juli 2022



Yang menyertakan,  
Arina Safira Herland

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya Skripsi dengan judul “Pesan Persuasif Video Animasi Kampanye Sosial “Bersatu Untuk Indonesia” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu kepada :

1. Alm. kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu mendukung selama proses penelitian dalam bentuk materil maupun moril.
2. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN Veteran Jakarta.
3. Dr. Fitria Ayuningstyas M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
4. Dra. Rini Riyantini, M.Si dan Dra. Hermina Simanuhuruk, MM selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang senantiasa membimbing penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Intan Putri Cahyani, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Orang-orang terdekat penulis, terutama Ajo, 4i, Menye, Telo Bag, Alumni 606, Capri, UKM Parhy, Maulida, dan Dinda yang telah menemani dan selalu menyemangati penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan mahasiswa/i Ilmu Komunikasi 2018.

**PESAN PESAN PERSUASIF VIDEO ANIMASI KAMPANYE SOSIAL  
“BERSATU UNTUK INDONESIA” (ANALISIS ISI VIDEO *YOUTUBE* GRAB  
INDONESIA)**

**ABSTRAK**

Covid-19 memberikan dampak terhadap kesehatan, ekonomi, dan sosial masyarakat. Program penanggulangan Covid-19 pun mulai banyak dilakukan, salah satunya perusahaan Grab yang membuat program kampanye sosial “Bersatu Untuk Indonesia”. Kampanye sosial berbentuk video animasi pada akun Youtube Grab Indonesia bertujuan untuk mempersuasi masyarakat agar turut serta membantu korban terdampak Covid-19 dengan melakukan donasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah video animasi kampanye sosial “Bersatu Untuk Indonesia” menggambarkan pesan persuasif berdasarkan unsur verbal dan non verbal yang terdapat pada video tersebut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif metode analisis isi. Populasi penelitian terdiri atas unsur verbal (23 lirik, 9 teks) dan unsur non verbal (24 ilustrasi, 21 gerakan, 21 latar, 25 audio, 25 warna). Data dianalisis secara deskriptif, disajikan dalam frekwensi dan persentase. Koding dilakukan oleh 2 orang, untuk menjamin objektivitas menggunakan reliabilitas antarkoder dengan formula Scott.

Hasil yang didapat bahwa video animasi “Bersatu Untuk Indonesia” mengandung muatan pesan persuasif cukup banyak yaitu unsur verbal berupa lirik (96%), teks (100%) dan unsur non verbal berupa ilustrasi (83%), gerakan (71%), latar (52%), audio (44%), dan warna (76%). Hasil kategorisasi isi pesan persuasif antarkoder menghasilkan bobot persentase yang besar untuk kategori ajakan pada unsur verbal dan kategori komplemen pada unsur non verbal. Nilai Reabilitas tinggi terdapat pada unit analisis teks, lirik, ilustrasi, gerakan, dan latar, lalu nilai reabilitas rendah terdapat pada audio dan warna.

**Kata Kunci:** Pesan persuasif, kampanye sosial, video animasi

**PERSUASIVE MESSAGES SOCIAL CAMPAIGN' ANIMATION VIDEO**  
**“UNITY FOR INDONESIA” (CONTENTS ANALYSIS OF GRAB**  
**INDONESIAN’S YOUTUBE VIDEO)**

**ABSTRACT**

*Covid-19 has an impact on people's health, economy and social. Many Covid-19 prevention programs have started to be carried out, one of which is the Grab company which has created the “United For Indonesia” social campaign program. The social campaign in the form of an animated video on the Grab Indonesia Youtube account aims to persuade the public to participate in helping victims affected by Covid-19 by making donations.*

*The purpose of this study was to determine whether the animated video for the social campaign "United for Indonesia" depicts a persuasive message based on the verbal and non-verbal elements contained in the video using a quantitative approach to content analysis methods. The research population consisted of verbal elements (23 lyrics, 9 texts) and non-verbal elements (24 illustrations, 21 movements, 21 backgrounds, 25 audio, 25 colors). Data were analyzed descriptively, presented in frequency and percentage. The coding was carried out by 2 people, to ensure objectivity using the inter-coder reliability with Scott's formula.*

*The results obtained that the animated video "United for Indonesia" contains quite a lot of persuasive messages, namely verbal elements in the form of lyrics (96%), text (100%) and non-verbal elements in the form of illustrations (83%), movement (71%), background (52%), audio (44%), and color (76%). The results of the categorization of the content of persuasive messages between coders resulted in a large percentage weight for the invitation category for verbal elements and complementary categories for non-verbal elements. High reliability values are found in the text, lyrics, illustration, movement, and background analysis units, then low reliability values are found in audio and color.*

**Key Words :** *Persuasive Message, Social Campaign, Animation Video*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep Penelitian dan Teori .....	8
2.1.1 Komunikasi Persuasif.....	8
2.1.3 Media Baru.....	14
2.1.4 <i>Youtube</i> .....	16
2.1.5 Videografi .....	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Objek Penelitian dan Unit Analisis .....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Sumber Data.....	35
3.4.1 Sumber data primer .....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	35



3.5.1 Uji Reliabilitas .....	36
3.5.2 Uji Validitas .....	37
3.6 Tabel Rencana Waktu .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.2 Pembahasan.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN dan SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xii</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir .....	27
Tabel 2. Objek Penelitian dan Unit Analisis .....	29
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel .....	33
Table 4. Kriteria Koefisien Korelasi Reliabilitas Intrumen .....	36
Table 5. Tahapan Kegiatan dan Penelitian .....	38
Table 6. Pesan Persuasif Lirik Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	39
Table 7. Pesan Persuasif Teks Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	40
Table 8. Nilai Kesepakatan Lirik .....	40
Table 9. Nilai Kesepakatan Teks .....	41
Table 10. Nilai Marginal Lirik .....	42
Table 11. Proporsi Indeks Lirik .....	42
Table 12. Nilai Marginal Teks .....	43
Table 13. Proporsi Indeks Teks .....	43
Table 14. Pesan Persuasif Ilustrasi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” ...	44
Table 15. Pesan Persuasif Gerakan Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” ...	44
Table 16. Pesan Persuasif Latar Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	45
Table 17. Pesan Persuasif Audio Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	45
Table 18. Pesan Persuasif Warna Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	46
Table 19. Nilai Kesepakatan Ilustrasi .....	46
Table 20. Nilai Kesepakatan Gerakan .....	47
Table 21. Nilai Kesepakatan Latar .....	48
Table 22. Nilai Kesepakatan Audio .....	48
Table 23. Nilai Kesepakatan Gerakan .....	49
Table 24. Nilai Marginal Ilustrasi .....	50
Table 25. Proporsi Indeks Ilustrasi .....	50
Table 26. Nilai Marginal Gerakan .....	51
Table 27. Proporsi Indeks Gerakan .....	51
Table 28. Nilai Marginal Latar .....	52
Table 29. Proporsi Indeks Latar .....	52
Table 30. Nilai Marginal Audio .....	53
Table 31. Proporsi Indeks Audio .....	53
Table 32. Nilai Marginal Warna .....	54
Table 33. Proporsi Indeks Warna .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Potongan Scene Video "Grab Bersatu Untuk Indonesia" .....	3
Gambar 2.Illustrasi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	65
Gambar 3. Ilustrasi Repetisi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	66
Gambar 4.Illustrasi Komplemen Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	67
Gambar 5. Ilustrasi Subtitusi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	68
Gambar 6.Gerakan Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	69
Gambar 7.Gerakan Repetisi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	70
Gambar 8. Gerakan Subtitusi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	71
Gambar 9. Gerakan Komplemen Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	72
Gambar 10.Latar Video Animasi "Bersatu Untuk Indonesia" .....	73
Gambar 11. Latar Komplemen Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	74
Gambar 12.Audio Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	75
Gambar 13. Audio Komplemen Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	76
Gambar 14. Warna Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	77
Gambar 15.Warna Komplemen Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	78
Gambar 16.Warna Repetisi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia”.....	79
Gambar 17.Warna Subtitusi Video Animasi “Bersatu Untuk Indonesia” .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Lirik .....	xviii
Lampiran 2. Tabulasi Teks .....	xix
Lampiran 3. Tabulasi Ilustrasi .....	xx
Lampiran 4. Tabulasi Gerakan .....	xxiii
Lampiran 5. Tabulasi Latar .....	xxvi
Lampiran 6. Tabulasi Audio .....	xxix
Lampiran 7. Tabulasi Warna .....	xxxii