

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DENGAN TEORI RETORIKA
VISUAL DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL WIDYA
ANALYTIC**

SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL



Disusun oleh:

Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM. 20.96.2060

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DENGAN TEORI RETORIKA
VISUAL DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFIL WIDYA
ANALYTIC**

SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL

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



Disusun oleh:

Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM. 20.96.2060

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN RETORIKA VISUAL DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY
PROFIL WIDYA ANALYTIC**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM. 20.96.2060

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 22 Maret 2024

Dosen Pembimbing,


Angga Intuери Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN RETORIKA VISUAL DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY
PROFIL WIDYA ANALYTIC**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM. 20.96.2060

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 22 Maret 2024


Nama Penguji

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
NIK. 190302361

Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM : 20.96.2060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 29 Februari 2024



Panji Kusuma Sri Wardhana
NIM. 20.96.2060

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir yang berjudul “Penerapan Retorika Visual Dalam Pembuatan Video Company Profil Widya Analytic” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi atau tugas akhir ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi atau tugas akhir. Penulis mendapatkan banyak sekali bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu penulis ucapkan 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. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Angga Intueri Mahendra Purbakusuma, M.I.Kom Sebagai Dosen pembimbing dari pembuatan karya penulis.
5. Kurnia Nurul sebagai Direktur HR Widya Analytic yang telah bersedia sebagai mitra dalam pembuatan karya penulis
6. Asqi dan segenap tim Marketing Widya Analytic yang telah membantu penulis dalam pembuatan karya.
7. Kedua orang tua, segenap keluarga, dan teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan karya.

Yogyakarta, 29 Februari 2024



Panji Kusuma Sri Wardhana

DAFTAR ISI

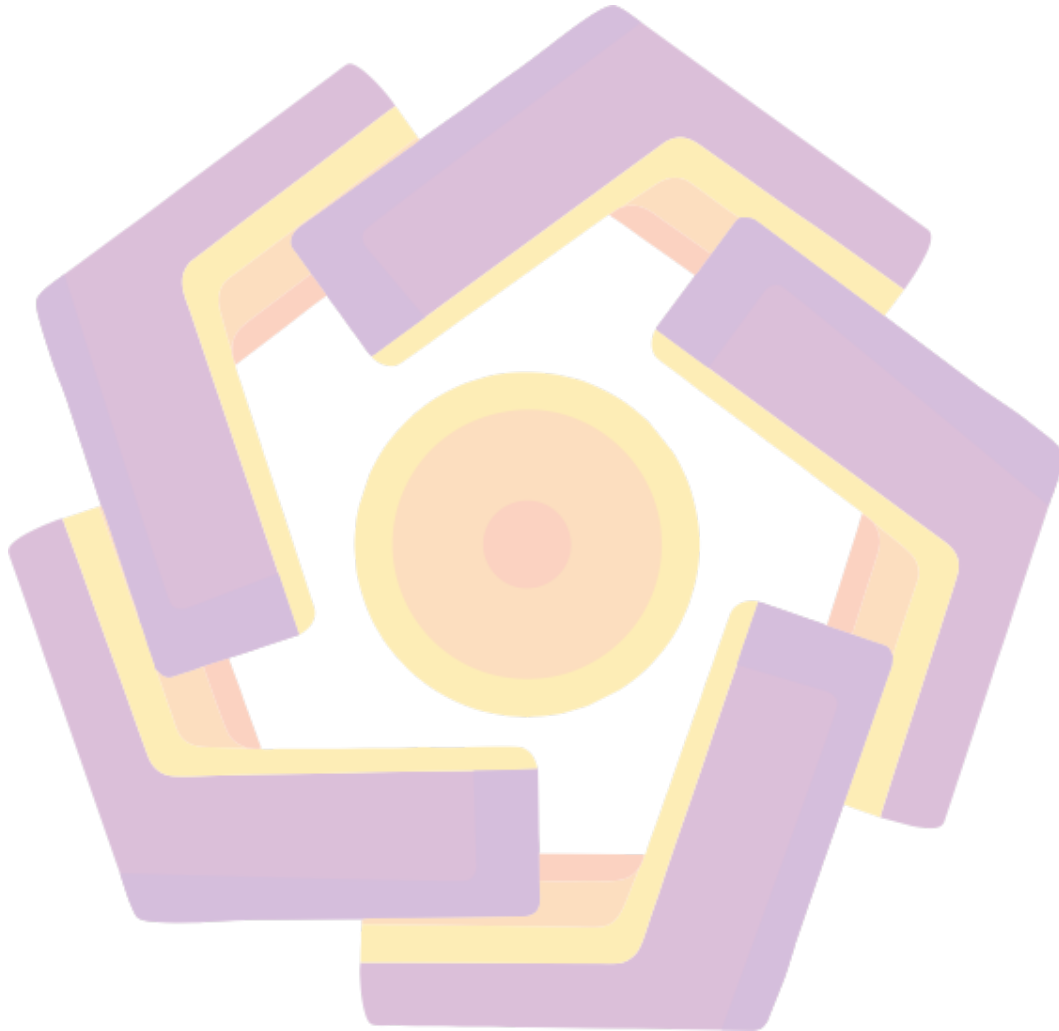
HALAMAN SAMBUT	
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Referensi Karya	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Peran Konten Kreator	9
2.2.2 Video Company Profile.....	9
2.2.3 Strategi Video Company Profile	10
2.2.4 Prinsip Video Company Profile	10
2.2.5 Elemen Video Company Profile.....	12
2.2.6 RETORIKA VISUAL	15
2.2.7 Prinsip RETORIKA VISUAL.....	16
2.2.8 Motion Graphic	17
2.2.9 Prinsip Motion Graphic	17
BAB III PERANCANGAN KARYA	19
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	19
3.1.1 Judul Content dan Kategori Content Creator	19

3.1.2 Format Konten.....	20
3.1.3 Durasi Konten.....	20
3.1.4 Format Media	20
3.1.5 Volume Konten	20
3.1.6 Target Audiens	21
3.1.7 Periode Publikasi Konten	21
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya	21
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI	
4.1 Deskripsi Karya.....	23
4.2 Uraian Proses Produksi	45
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah	46
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bentuk Promosi Widya Analytic	3
Tabel 4.1 Storyline dari karya penulis	41
Tabel 4.2 Uraian Proses Produksi karya	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh video company profile pada sosial media youtube.....	2
Gambar 1.2 Contoh penerapan motion graphic pada sosial media youtube	5
Gambar 2.1 Referensi karya dari channel Youtube Nithin Joseph	7
Gambar 2.2 Referensi karya dari channel Youtube Vivien	8
Gambar 4.1 Bagian pertama : pengenalan secara umum	23
Gambar 4.2 Bagian Kedua: visi dan misi perusahaan.....	24
Gambar 4.3 Bagian Ketiga : produk dan layanan Perusahaan.....	25
Gambar 4.4 Bagian Keempat : penutup dan salam dari Perusahaan.....	26
Gambar 4.5 Resolusi dan Frame rate dalam karya penulis.....	29
Gambar 4.6 Penerapan Prinsip Timing dalam motion graphic	31
Gambar 4.7 Penerapan Prinsip Spacing dalam motion graphic.....	31
Gambar 4.8 Penerapan Prinsip Squash and Stretch dalam motion graphic	32
Gambar 4.9 Penerapan Prinsip Anticipation dalam motion graphic.....	33
Gambar 4.10 Penerapan Prinsip Follow Through and Overlapping Action dalam motion graphic	33
Gambar 4.11 Penerapan Prinsip Staging dalam motion graphic.....	34
Gambar 4.12 Citra dalam karya penulis.....	35
Gambar 4.13 Naskah dalam karya penulis.....	39
Gambar 4.14 storyboard dalam karya penulis.....	40
Gambar 4.15 Setting dalam karya penulis	42
Gambar 4.16 Penerapan Symbolic Action dalam karya penulis.....	43
Gambar 4.17 Penerapan Human Interention dengan mencari referensi karya dari Youtube.....	44
Gambar 4.18 Penerapan Presence of Audience dalam karya penulis	45

DAFTAR LAMPIRAN

Tautan Karya.....	50
Kebutuhan Peralatan dan Properti.....	50
Timeline Kerja	50
Rencana Anggaran	50
Laporan Keuangan	51
Dokumentasi	51
Surat Izin	52
Bukti Hak Kekayaan Intelektual	65

ABSTRAK

Company profile adalah representasi visual dan naratif dari identitas, visi, misi, dan kegiatan suatu perusahaan. Perkembangan zaman membuat bentuk company profile juga berkembang. Mulai dari penerapannya dalam bentuk teks, poster dan video. Salah satu penerapan company profile adalah bentuk video company profile. Video company profile adalah sebuah audio visual yang diproduksi untuk menciptakan suatu image perusahaan. Pada penelitian ini penulis membuat sebuah karya visual berupa video company profile pada Widya Analytic. Untuk memaksimalkan penyampaian pesan dan keharmonisan dalam karya video company profile, diperlukan prinsip desain video motion graphic dalam teori retorika visual. terdapat 6 (enam) dari prinsip dari motion graphic menjadikan karya audio visual yang elegan dan modern, yaitu: *Timing* (Waktu), *Spacing* (Ruangan), *Squash and Stretch* (Perpanjangan dan Penyusutan), *Anticipation* (Antisipasi), *Follow Through and Overlapping Action* (Tindakan Tumpang Tindih), dan *Staging* (Penataan Panggung). Terdapat 3 (tiga) dari prinsip dari teori retorika visual menjadikan karya audio visual yang saling terhubung dan harmonis, yaitu: *Symbolic Action*, *Human Interention*, *Presence of Audience*. Dari perpaduan 2 dua prinsip tersebut dapat memaksimalkan penyampaian pesan dan keharmonisan karya.

Kata Kunci : Company Profile, Video Company Profile, Prinsip *motion graphic*, Teori retorika Visual

ABSTRACT

A company profile is a visual and narrative representation of a company's identity, vision, mission and activities. The development of the times has made the form of company profile also developed. Starting from its application in the form of text, posters and videos. One of the company profile applications is the company profile video. Video company profile is an audio visual produced to create a company image. In this research, the author created a visual work in the form of a company profile video on Widya Analytic. To maximize message delivery and harmony in the company profile video work, motion graphic video design principles are needed in visual rhetoric theory. there are 6 (six) of the principles of motion graphics to make elegant and modern audio visual works, namely: Timing, Spacing, Squash and Stretch, Anticipation, Follow Through and Overlapping Action, and Staging. There are 3 (three) principles of visual rhetoric theory that make audio visual works interconnected and harmonious, namely: Symbolic Action, Human Interention, Presence of Audience. From the combination of these two principles can maximize the delivery of messages and harmony of the work.

Keywords : *Company Profile, Company Profile Video, Principles of motion graphics, Visual rhetoric theory*