

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DALAM MENGOPTIMALKAN
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI “3 TANDA TUBUHMU
BUTUH BEKAM” DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
RUMAH SEHAT ISLAMI**

SKRIPSI SKEMA KONTEN KREATOR BERSERTIFIKAT



Disusun oleh:

**MUHAMMAD HAIDAR ABDURRAHMAN
21.96.2270**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DALAM MENGOPTIMALKAN
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI “3 TANDA TUBUHMU
BUTUH BEKAM” DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
RUMAH SEHAT ISLAMI**

SKRIPSI SKEMA KONTEN KREATOR BERSERTIFIKAT



Disusun oleh:

**MUHAMMAD HAIDAR ABDURRAHMAN
21.96.2270**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

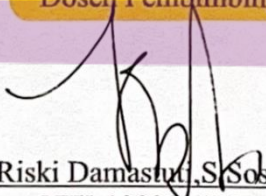
**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PENERAPAN MOTION GRAPHIC DALAM
MENGOPTIMALKAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI
“3 TANDA TUBUHMU BUTUH BEKAM” DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM RUMAH SEHAT ISLAMI**

Yang di persiapkan dan disusun oleh
Muhammad Haidar Abdurrahman
NIM 21.96.2270

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing


Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK.190302475

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS
PENERAPAN MOTION GRAPHIC DALAM
MENGOPTIMALKAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI
“3 TANDA TUBUHMU BUTUH BEKAM” DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM RUMAH SEHAT ISLAMI

Yang di persiapkan dan disusun oleh
Muhammad Haidar Abdurrahman
NIM 21.96.2270

telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada 25 Agustus 2025

Nama Penguji

Rivga Agusta S.IP, M.A.
NIK. 190302319

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK. 1903024866

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Yogyakarta, 25 Agustus 2025



Muhammad Haidar Abdurrahman

NIM. 21.96.2270

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya 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. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat sampai dititik ini.
2. Orang tua yang selalu memberikan dukungan berupa moral dan materil serta kasih sayang dan do'a kepada penulis.
3. Riski Damastuti,S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan & motivasi
4. Rumah Sehat Islami yang telah bersedia menjadi mitra dalam pembuatan karya ini.
5. Imip, Odi, Deya & Nuha yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi karya ini

Yogyakarta, 25 Agustus 2025

Muhammad Haidar Abdurrahman

NIM. 21.966.2270

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA ARTIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA ARTISLEMBAR PENGESAHAN	
SKRIPSI SKEMA ARTIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA ARTIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA ARTIS.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang penciptaan karya.....	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	6
1.2.1 Manfaat karya secara akademis.....	6
1.2.2 Manfaat karya secara praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	7
2.1.1 Simlo.id – Tutorial <i>motion graphic</i> cuma lewat Canva TikTok.....	7
2.1.2 Meloza.studios1 – Komik dan video animasi Canva TikTok	8
2.1.3 Referensi Jurnal.....	9
2.2 Landasan Teori/Konsep.....	10
2.2.1 Konsep Komunikasi Visual.....	10
2.2.2 Konsep Motion Graphic.....	10
2.2.3 Elemen Dalam Motion Graphic	11
2.2.4 Konsep Komunikasi Digital dan Media Sosial	12
2.2.5 Teori Visual Narative	13
2.2.6 Proses Pembuatan Motion Graphic	14
BAB III.....	16
METODE PEMBUATAN KARYA.....	16
3.1. Riset dalam pra produksi.....	16

3.1.1 Pra Produksi	16
3.2. Deskripsi Karya	17
3.2.1 Judul Karya dan Kategori Karya.....	18
3.2.2 Durasi Karya	18
3.2.3 Isi Pesan Karya	18
3.2.4 Target <i>Audience</i>	18
BAB IV	19
PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	19
4.1 Konsep Komunikasi Visual.....	19
4.2 Konsep Motion Graphic	19
4.2.1 Analisis elemen Dalam Motion Graphic	19
4.3 Analisis proses Pembuatan Video Motion Graphic.....	23
4.3.1 Konsep.....	23
4.3.2 Desain	24
4.3.3 Material Collecting	25
4.3.4 Assembly	26
4.3.5 Testing.....	26
4.3.6 <i>Distribution</i>	27
4.4 Analisi karya berdasarkan Konsep Komunikasi Digital dan Media Sosial.....	27
4.5. Analisis Karya Berdasarkan Teori <i>Visual Narative</i>.....	29
BAB V	32
PENUTUP.....	32
5.1 Kesimpulan	32
5.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN.....	37

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penerapan motion graphic dalam pembuatan video promosi “3 Tanda Tubuhmu Butuh Bekam” untuk layanan terapi bekam di Rumah Sehat Islami (RSI) melalui media sosial Instagram. Latar belakang penelitian berangkat dari keterbatasan strategi promosi RSI yang masih mengandalkan *word of mouth* dan Google Maps, sementara persepsi masyarakat terhadap bekam sebagai pengobatan alternatif berbasis *thibbun nabawi* masih beragam. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan konten visual yang edukatif sekaligus persuasif guna meningkatkan *awareness* audiens digital, serta memenuhi kebutuhan sertifikasi konten kreator BNSP. Metode pembuatan meliputi tahapan pra-produksi (observasi akun Instagram RSI dan wawancara dengan terapis untuk identifikasi kebutuhan promosi), perancangan konsep edukatif-persuasif dengan narasi sederhana mengenai gejala tubuh yang membutuhkan bekam, desain menggunakan Canva dengan tipografi Poppins dan dominasi warna hijau-putih sebagai simbol nilai Islami dan sehat, pengumpulan material (ilustrasi gejala, foto, *background*), penyusunan video berdasarkan naskah (tanpa *storyboard* visual), pengujian untuk sinkronisasi audio-visual, serta distribusi melalui akun Instagram RSI. Hasil penelitian berupa video berdurasi 24 detik yang menampilkan ilustrasi, transisi animasi (*Merge, Pop, Wiggle, Match and Move*), *voice over*, serta *background* pendukung. Video ini mampu menyederhanakan informasi kompleks menjadi pesan visual yang dinamis, mudah dipahami, dan sesuai dengan pola konsumsi media sosial. Kesimpulannya, motion graphic berpotensi menjadi media komunikasi visual yang efektif dalam promosi kesehatan alternatif karena mampu menyampaikan informasi secara ringkas, menarik, dan emosional. Penelitian ini menyarankan agar promosi serupa memperhatikan durasi singkat, visual sederhana, serta evaluasi *engagement* secara berkala untuk optimalisasi konten di media sosial.

Kata Kunci: *Motion Graphic*, Video Promosi, Terapi, bekam

ABSTRACT

This study examines the application of motion graphics in producing the promotional video “3 Signs Your Body Needs Cupping Therapy” for Rumah Sehat Islami (RSI) through Instagram. The background of this research arises from RSI’s limited promotional strategy, which mainly relies on word of mouth and Google Maps, while public perception of cupping therapy as an alternative treatment based on thibbun nabawi remains diverse. The objective of this study is to develop visual content that is both educational and persuasive in order to increase digital audience awareness and to fulfill the requirements for BNSP content creator certification. The production process included several stages: pre-production (observation of RSI’s Instagram account and interviews with therapists to identify promotional needs), concept design with an educational-persuasive approach using simple narratives about symptoms indicating the need for cupping therapy, visual design using Canva with Poppins typography and dominant green-white colors symbolizing Islamic and health values, material collection (symptom illustrations, photos, and background music), video assembly based on a script (without a visual storyboard), testing for audio-visual synchronization, and distribution via RSI’s Instagram account. The result is a 24-second video featuring illustrations, animated transitions (Merge, Pop, Wiggle, Match and Move), voice-over narration, and supporting background music. The video successfully simplifies complex information into dynamic visual messages that are easy to understand and aligned with social media consumption patterns. In conclusion, motion graphics have significant potential as an effective medium of visual communication for promoting alternative health services, as they can convey information concisely, attractively, and emotionally. This study recommends that similar promotional content consider shorter duration, simple visuals, and regular engagement evaluation to optimize social media performance.

Keywords: Motion Graphics, Promotional Video, Cupping Therapy