

Puput Budi Wijayanti, NIM. 180531100049.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Universitas Trunojoyo Madura.

Analisis Retorika Visual Pada Konten YouTube Kanal Allfy Rev Berjudul “Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara” Dibawah bimbingan dari Imam Sofyan, Sos., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang Analisis Retorika Visual Pada Konten YouTube Kanal Allfy Rev Berjudul “*Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*”. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apa pesan retorika visual pada konten YouTube kanal Allfy Rev berjudul “*Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis retorika visual milik Hesford & Bruggemann yang terdiri dari tiga unsur yaitu subjek (konten), Audiens (Konteks) dan Persepective (sudut pandang kamera) dari ketiga ini digunakan dalam analisis dari setiap *scene-scene* dalam video tersebut. Retorika visual oleh Sonja. K. Foss menekankan pada aspek citra visual yang dipergunakan pada tahap evaluasi video meliputi aspek sifat (*nature of image*), fungsi (*function of image*) dan evaluasi (*evaluation of image*).

Hasil penelitian didalam setiap 24 *scene* pada video *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*. Menunjukan bahwa pesan retorika visual yang terdapat dalam video ini mengenai pesan keberagaman dan pesan nasionalisme. Dimana dalam setiap *scene* menampilkan tema budaya, bahasa, dan lagu daerah yang berbeda-beda dari identitas diri Bangsa Indonesia sebagai Negara yang memiliki beragam suku, ras, budaya dan adat istiadat. Selain itu, *scene* tersebut memiliki kreasi dari aransemen musik lagu nasional yang dipadukan dengan lagu daerah dari beberapa lagu daerah serta latar belakang pesona keindahan alam di Indonesia. Bahkan video klip tersebut digunakan sebagai bentuk publikasi untuk mempromosikan beberapa destinasi wisata agar menarik para wisatawan negeri dalam hingga luar negeri agar berkunjung ke Indonesia.

Kata Kunci : Retorika visual, Video, Youtube, Allfy Rev.

Puput Budi Wijayanti, NIM. 180531100049

Communication Studies Program

Faculty of Social Sciences and Cultural Sciences

University of Trunojoyo Madura

**Analisis Retorika Visual Pada Konten YouTube Kanal Allfy Rev Berjudul
“Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara”**

Advisor : Imam Sofyan, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

This research examines the visual rhetoric analysis of Allfy Rev YouTube content entitled "Wonderland Indonesia 2: The Sacred Nusantara." The formulation of the problem in this study is: What is the visual rhetorical message on the YouTube content of the Allfy Rev channel entitled "Wonderland Indonesia 2: The Sacred Nusantara?"

The method used in this study is descriptive-qualitative using Hesford & Bruggemann's visual rhetorical analysis, which consists of three elements: subject (content), audience (context), and perception (camera point of view). These three are used in the analysis of each scene in the video. The visual rhetoric by Sonja emphasizes the visual image aspect used in the video evaluation stage, K. Foss emphasizes the visual image aspect used in the video evaluation stage, including the nature of the image, the function of the image, and the evaluation of the image.

Every 24 scenes in the video Wonderland Indonesia 2: The Sacred Nusantara contain research findings. shows that the visual rhetorical message contained in this video is about the message of diversity and the message of nationalism. wherein each scene displays different cultural themes, languages, and regional songs that reflect the identity of the Indonesian nation as a country that has various ethnicities, races, cultures, and customs. Aside from that, the scene includes musical arrangements of national songs combined with folk songs from several regional songs, as well as a backdrop for Indonesia's enchanting natural beauty. The video clip is even used as a form of publication to promote several tourist destinations in order to attract domestic and foreign tourists to visit Indonesia.

Keywords: visual rhetoric, video, Youtube, Allfy Rev.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tradisi Retorika	7
2.2 Analisis Retorika Visual. . .	8
2.3 Segitiga Retorika Visual.....	13
2.4 Media Sosial YouTube	15

2.5	<i>Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara</i>	17
2.6	Penelitian Terdahulu.....	19
2.7	Kerangka Berpikir	28
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Objek Penelitian.....	31
3.3	Unit Analisis	34
3.4	Sumber Data	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Teknik Analisis Data	37
 BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		
4.1	Kanal YouTube Allfy Rev	39
4.2	Deskripsi Video Wonderland Indonesia 2	48
 BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
5.1	Analisis Segitiga Retorika Visual	55
5.2	Analisis Evaluasi Video Perspektif Sonja. K, Foss	105
 BAB VI PENUTUP		
6.1	Kesimpulan	108
6.2	Saran	109
 DAFTAR PUSTAKA		110

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Fokus Objek Penelitian	32
Tabel 3.2 Unit Analisis.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wonderland Indonesia 2.....	3
Gambar 2.1 Segitiga Retorika Visual.....	13
Gambar 2.2 Logo Wonderland Indonesia 2	18
Gambar 2.3 Gambar Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Kanal YouTube Allfy Rev.....	39
Gambar 4.2 Isi Kanal YouTube Allfy Rev	41
Gambar 4.3 <i>Rection youtubers</i> Korea Selatan	43
Gambar 4.4 Profil YouTube Allfy Rev	44
Gambar 4.5 <i>Scene</i> awal Wonderland Indonesia 2	49
Gambar 4.6 Penyanyi di Wonderland Indonesia 2	52