

**ANALISIS SEGITIGA RETORIKA VISUAL PADA KETIGA
VIDEO TERPOPULER *FOOD VLOGGER* NEX CARLOS:
ANALISIS ISI KUALITATIF**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Nama: Prudence Celia Wibowo

NIM: 20.M1.0013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

**ANALISIS SEGITIGA RETORIKA VISUAL PADA KETIGA
VIDEO TERPOPULER *FOOD VLOGGER* NEX CARLOS:
ANALISIS ISI KUALITATIF**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Nama: Prudence Celia Wibowo

NIM: 20.M1.0013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

"Analisis Segitiga Retorika Visual Pada Ketiga Video Terpopuler Food Vlogger Nex Carlos : Analisis Isi Kualitatif "

Prudence Celia Wibowo

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Dan Komunikasi, Universitas
Katolik Soegijapranata

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan segitiga retorika visual dalam tiga video populer *food vlogger* Nex Carlos di YouTube. *Food vlogging* sebagai bentuk komunikasi digital mengandalkan elemen visual dan naratif untuk menarik audiens, di mana Nex Carlos dikenal karena pendekatannya yang sederhana namun efektif dalam mengulas makanan. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan analisis isi, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen retorika visual berdasarkan konsep segitiga retorika Hesford dan Brueggemann diterapkan dalam video Nex Carlos. Data dikumpulkan melalui dokumentasi tiga video populer dan dianalisis menggunakan konsep *ethos*, *pathos*, dan *logos* untuk mengidentifikasi strategi komunikasi visual yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nex Carlos memanfaatkan ekspresi wajah, gestur, sudut pengambilan gambar, serta interaksi dengan penjual untuk membangun kedekatan dengan audiens. Teknik *close-up* pada makanan, *framing* yang dinamis, serta gaya naratif yang ringan dan humoris meningkatkan daya tarik konten dan memperkuat keterlibatan penonton. Retorika visual terbukti memainkan peran penting dalam kesuksesan *food vlogging*. Pemahaman lebih dalam tentang strategi retorika visual dapat menjadi referensi bagi *food vlogger* lain dalam menciptakan konten yang menarik dan membangun audiens secara efektif.

Kata kunci: Retorika visual, segitiga retorika, *food vlogger*, YouTube, Nex Carlos.

"Analysis of the Visual Rhetoric Triangle in the Three Most Popular Videos of Food Vlogger Nex Carlos: A Qualitative Content Analysis"

Prudence Celia Wibowo

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Dan Komunikasi, Universitas
Katolik Soegijapranata

ABSTRACT

This study analyzes the application of the visual rhetoric triangle in three of the most popular videos by food vlogger Nex Carlos on YouTube. As a form of digital communication, food vlogging relies on visual and narrative elements to engage audiences, with Nex Carlos recognized for his simple yet effective approach to reviewing food. Using a descriptive qualitative method and content analysis approach, this research explores how visual rhetoric elements based on Hesford and Brueggemann's rhetorical triangle are applied in Nex Carlos' videos. Data were collected through documentation of his three most popular videos and analyzed using the concepts of ethos, pathos, and logos to identify the visual communication strategies employed. Findings indicate that Nex Carlos utilizes facial expressions, gestures, camera angles, and interactions with vendors to establish a connection with the audience. Close-up shots of food, dynamic framing, and a lighthearted, humorous narrative style enhance the appeal of the content and strengthen audience engagement. Visual rhetoric plays a crucial role in the success of food vlogging. A deeper understanding of visual rhetoric strategies can serve as a valuable reference for other food vloggers in creating engaging content and effectively building their audience.

Keywords: Visual rhetoric, rhetorical triangle, food vlogger, YouTube, Nex Carlos.