

ABSTRAK

Era yang terus berkembang telah membawa dunia periklanan semakin bergerak ke arah digital, perkembangan teknologi yang mendukung periklanan semakin membuat iklan bervariasi karena adanya internet. Iklan digital merupakan salah satu jenis iklan yang sering dipakai pada era digital sekarang terutama di media sosial, tidak jarang iklan digital menemui kegagalan yang cukup merugikan perusahaan dikarenakan perencanaan iklan yang tidak sesuai yang salah satunya adalah faktor dari visual iklan. Maka dari itu optimalisasi visual iklan diperlukan untuk mengurangi kegagalan iklan. Pada penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi virtual. Konsep yang dipakai pada penelitian ini adalah atribusi iklan menurut Frank Jefkins, yaitu terdapat pesan, naskah, desain, model, warna dan musik. Hasil dari Penelitian ini didapatkan bahwa ada beberapa cara untuk mengoptimalkan visual iklan di Instagram. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 6 aspek yang harus diperhatikan dalam visual iklan di Instagram dan 3 aspek yang membuat audiens tertarik dengan visual iklan serta terdapat 27 cara untuk mengoptimalkan aspek visual iklan.

Kata kunci: Iklan Digital, Visual, Media Sosial, Audiens, Optimalisasi.

ABSTRACT

The continuously evolving era has led the advertising world increasingly towards digital, with technological advancements supporting advertising that make ads more varied due to the internet. Digital advertising is one of the most frequently used types in today's digital age, especially on social media. However, digital ads often encounter failures that can be detrimental to companies due to inappropriate ad planning, one of which is the visual aspect of the ads. Therefore, optimizing ad visuals is necessary to reduce ad failures. This research uses a descriptive qualitative method with a virtual ethnographic approach. The concept used in this study is advertisement attribution according to Frank Jefkins, which includes message, script, design, model, color, and music. The results of this research show that there are several ways to optimize ad visuals on Instagram. Based on the research findings, there are six aspects to consider in Instagram ad visuals and three aspects that attract the audience to the visual ads, along with 27 ways to optimize visual ad aspects.

Keywords: *Digital Advertising, Visual, Social Media, Audience, Optimization*