



(sumber foto: Instagram, diakses pada tanggal 13 Juni 2024)

Judul Skripsi:

**OPTIMALISASI VISUAL IKLAN MELALUI KONTEN KREATIF DI INSTAGRAM  
(Studi Etnografi Virtual Pada Postingan Pendaftaran Pelatihan AWS re/Start di Instagram @Orbitfutureacademyid)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dimas Bayu Seto

NIM : 2010411010



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Dimas Bayu Seto  
NIM : 2010411010  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2024  
Yang menyatakan,



(Dimas Bayu Seto)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI /  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Bayu Seto  
NIM : 2010411010  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

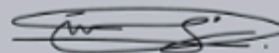
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**OPTIMALISASI VISUAL IKLAN MELALUI KONTEN KREATIF DI INSTAGRAM (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA POSTINGAN PENDAFTARAN PELATIHAN AWS RE/START DI INSTAGRAM @ORBITFUTUREACADEMYID)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 22 Juni 2024  
Yang menyatakan,



(Dimas Bayu Seto)

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dimas Bayu Seto  
NIM : 2010411010  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Optimalisasi Visual Iklan Melalui Konten Kreatif Di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Postingan Pendaftaran Pelatihan Aws Re/Start Di Instagram @Orbitfutureacademyid)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:


1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 22 Juni 2024

Yang menyatakan,



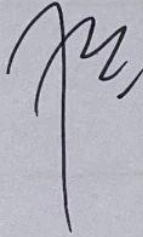
(Dimas Bayu Seto)

## PENGESAHAN SKRIPSI

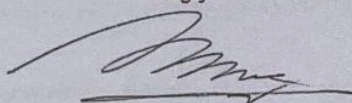
NAMA : Dimas Bayu Seto  
NIM : 2010411010  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Optimalisasi Visual Iklan Melalui Konten Kreatif di Instagram  
(Studi Etnografi Virtual Pada Postingan Pendaftaran Pelatihan  
Aws Re/Start Di Instagram @Orbitfutureacademyid)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

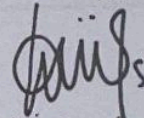


Penguji 1



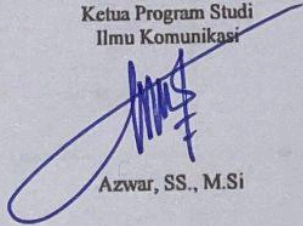
(A. Zakki Abdeld)

Penguji 2



(Wintu Tia Saputra)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 13 Juni 2024

## **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*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT sang maha kuasa atas segalanya dan dengan curahan rahmat dan hidayahNya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Optimalisasi Visual Iklan melalui Konten Kreatif di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Postingan Pendaftaran Pelatihan Aws Re/Start Di Instagram @Orbitfutureacademyid) ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, peneliti memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Dr. Azwar, SS., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di perguruan tinggi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan arahan, saran, dan kritikan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah membimbing dan membantu selama peneliti menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ahmad Zakki Abdullah, S.Ip., M.Si, dan Windhi Tia Saputra, M.Si, selaku Dosen Penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk menguji skripsi peneliti dengan memberikan arahan, saran, dan kritik dalam penyusunan skripsi.
6. PT. Orbit Ventura Indonesia atau Orbit Future Academy, selaku tempat peneliti melakukan observasi untuk penyusunan skripsi. Terima kasih atas



kesediaannya dan menerima peneliti untuk menjadikan PT ini sebagai objek penelitian.

7. Para informan selaku sumber data dalam penelitian ini. Terima kasih atas kesediaannya dan sudah memberikan banyak bantuan serta informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
8. Elly dan Supriyono, selaku kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan dukungan, arahan, saran, dan kasih sayang yang tak terhingga selama ini, sehingga peneliti dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya yang peneliti akan dapatkan adalah karena dan untuk beliau.
9. Indriati Hastuti, selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga selama ini, sehingga peneliti dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya yang peneliti akan dapatkan adalah karena dan untuk beliau.
10. Syapira dan Eggy Dwi Utami, selaku saudara kandung peneliti terima kasih selalu memberikan dukungan moril hingga materil yang membantu peneliti menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai.
11. Damar Aji Pangestu, selaku saudara kandung peneliti terima kasih selalu memberikan dukungan yang membantu peneliti menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai.
12. Josi Aranda dan Adhitya Ghaziawan, selaku saudara peneliti terima kasih selalu memberikan dukungan moril hingga materil yang membantu peneliti menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai.
13. Alishia, Bethari, Rani, dan Alya, selaku sahabat peneliti. Terima kasih selalu turut membantu dan memberikan dukungan moril sehingga peneliti dapat menyelesaikan masa studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai.

14. Farah, Audi, dan Beby, selaku teman peneliti di perkuliahan. Terima Kasih selalu turut membantu dan memberikan dukungan moril sehingga peneliti dapat menyelesaikan masa studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai.
15. Teman-teman seperjuangan dan sekelompok bimbingan. Terima kasih dan selalu semangat untuk terus berjuang.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Tahapan Penelitian.....	43
4.3 Karakteristik Informan.....	48
4.4 Hasil Penelitian.....	51
4.5 Pembahasan.....	78
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
 DAFTAR PUSTAKA.....	 94
 LAMPIRAN.....	 97

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Informan.....	37
Tabel 3.2 Tabel Rencana Waktu Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Daftar Informan.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market share</i> AWS di industri teknologi.....	3
Gambar 1.2 Media Sosial yang dipakai oleh masyarakat Indonesia.....	5
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data.....	38
Gambar 4.1 Logo Orbit Future Academy.....	41
Gambar 4.2 Logo Orbit Amazon Website Service (AWS).....	42
Gambar 4.3 Tampilan Visual Iklan AWS re/start.....	42
Gambar 4.4 Alur Penelitian.....	47
Gambar 4.5 Postingan Iklan Pendaftaran AWS re/Start.....	52
Gambar 4.6 Aspek <i>Copywriting</i> dijawab oleh Informan.....	54
Gambar 4.7 Aspek Desain Iklan dijawab Oleh Informan.....	55
Gambar 4.8 Aspek Pesan Iklan dijawab oleh Informan.....	56
Gambar 4.9 Aspek Model Iklan dijawab oleh Informan.....	57
Gambar 4.10 Aspek Warna Iklan dijawab oleh Informan.....	58
Gambar 4.11 Aspek Visual Iklan di Instagram.....	58
Gambar 4.12 Aspek Nilai Unik dijawab oleh Informan.....	60
Gambar 4.13 Aspek Mengikuti Tren dijawab oleh Informan.....	61
Gambar 4.14 Aspek <i>Soft Selling</i> dijawab oleh informan.....	63
Gambar 4.15 Aspek Visual Iklan yang membuat Audiens Tertarik dengan Sebuah Iklan.....	63
Gambar 4.16 Optimalisasi Aspek <i>Copywriting</i> .....	67
Gambar 4.17 Optimalisasi Aspek Desain Iklan.....	71
Gambar 4.18 Optimalisasi Aspek Pesan Iklan.....	73
Gambar 4.19 Optimalisasi Aspek Model Iklan.....	75
Gambar 4.20 Optimalisasi Aspek Warna Iklan.....	77
Gambar 4.21 Hasil Penelitian.....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

Riwayat Hidup.....	97
Izin penelitian.....	98
Pertanyaan Wawancara.....	99
Transkrip Wawancara.....	101
Dokumentasi.....	117
Similarity.....	118