

ANALISIS VISUAL KONTEN INSTAGRAM REVERSEAS DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Hans Obed Christian

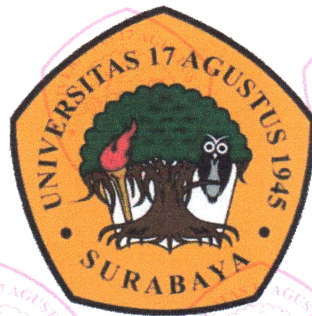
1152000113

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**ANALISIS VISUAL KONTEN INSTAGRAM REVERSEEAS
DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

HANS OBED CHRISTIAN

NBI 1152000113

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hans Obed Christian

NPM : 1152000113

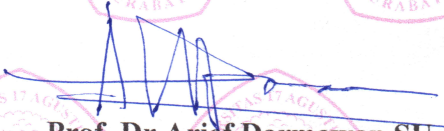
**Judul : Analisis Visual Konten Instagram Reverseas
Dalam Membentuk *Brand Image***

Surabaya, 08 Juli 2024

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui oleh
Dosen Pembimbing 1**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP 20120870103


Prof. Dr. Arief Darmawan, SU.
NPP 20110910215

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 08 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Arief Darmawa, SU.
Ketua



()

2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom
Anggota 1



()

3. Muchamad Rizqi, S.Ikom., M.Med.Kom
Anggota 2



()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hans Obed Christian

NBI : 1152000113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Analisis Visual Konten Instagram Reverseas dalam
Membentuk *Brand Image*

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka sayabersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 03 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



(Hans Obed Christian)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL.SEMOLOWARU 45
SURABAYA TLP.08
EMAIL PERPUS UNTAG
SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hans Obed Christian
NBI : 1152000113
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya Hak Bebas Royalty Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“Analisis Visual Konten Instagram Reverseas dalam Membentuk *Brand Image*”

Dengan hak bebas royalty noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada Tanggal : 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Hans Obed Christian

MOTTO

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

Filipi 4:13

ABSTRACT

This study aims to analyze the visual content marketing on the Instagram social media platform implemented by the @reverseas_ account. The background of this research problem is the increasing use of social media as a digital marketing tool, especially among SMEs that want to form brand image and sales through effective visual content. Visual communication is used as an analytical framework to evaluate the effectiveness of this content in attracting attention, generating interest, creating desire, and driving consumer purchasing actions. The research results show that the content strategy implemented by the @reverseas account successfully attracts attention through attractive visuals and the use of relevant hashtags. Educational and interactive content increases audience interest in the products offered. Customer testimonials and special offers create a desire to purchase the product. Finally, a clear call to action and limited-time offers successfully drive consumer purchasing actions. The research results show that the Instagram content analysis of Reverseas reveals the application of visual communication theory that goes beyond mere aesthetics to create a strong brand image and build relationships with its followers. By strategically using various visual elements, Reverseas has created a distinctive online presence that not only attracts attention but also effectively communicates their brand values and builds a loyal community.

Keywords: Content Strategy, Social Media, Instagram, Visual Communication, @reverseas_, Brand Image.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis visual konten marketing pada platform media sosial Instagram yang diterapkan oleh akun @reverseas_. Latar belakang masalah penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital, khususnya di kalangan UMKM yang ingin membentuk brand image dan penjualan melalui visual konten yang efektif. Komunikasi visual digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengevaluasi efektivitas konten tersebut dalam menarik perhatian, membangkitkan minat, menciptakan keinginan, dan mendorong tindakan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan oleh akun @reverseas berhasil menarik perhatian melalui visual yang menarik dan penggunaan hashtag yang relevan. Konten edukatif dan interaktif meningkatkan minat audiens terhadap produk yang ditawarkan. Testimoni pelanggan dan penawaran khusus menciptakan keinginan (Desire) untuk membeli produk. Akhirnya, ajakan bertindak (Call to Action) yang jelas dan penawaran terbatas berhasil mendorong tindakan pembelian (Action) dari konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis konten Instagram Reverseas mengungkapkan penerapan teori komunikasi visual yang lebih dari sekadar estetika untuk menciptakan brand image yang kuat dan membina hubungan dengan pengikutnya. Dengan menggunakan berbagai elemen visual secara strategis, Reverseas telah menciptakan kehadiran online yang khas yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga secara efektif mengkomunikasikan nilai-nilai merek mereka dan membina komunitas yang loyal.

Kata Kunci: Strategi Konten, Media Sosial, Instagram, Komunikasi Visual, @reverseas_, Pemasaran Digital, Brand Image

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kehendak-Nya peneliti mampu menyelesaikan penelitian yang menjadi tugas akhir sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan judul “Analisis Visual Konten Instagram Reverseas dalam Membentuk Brand Image” secara lancar dan tepat pada waktunya

Selain menjadi tugas akhir, penelitian ini dikaji untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum terkait bagaimana konten media sosial instagram memiliki kekuatan dalam membentuk sebuah *brand image* terlebih pada era digital seperti ini. Tentunya tanpa adanya restu dan kehendari dari Tuhan Yang Maha Esa serta bantuan-bantuan dari orang sekitar, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Harapannya, penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

Oleh karena itu, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan, dorongan, bimbingan, serta dukungan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyono Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom yang telah memberikan dukungan kepada saya untuk terus berjuang dalam mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai
4. Dosen Pembimbing 1 yaitu Prof. Dr. Arief Darmawan, SU yang senantiasa dengan sabar dalam memberikan arahan dan membimbing saya dalam proses pengerjaan tugas akhir ini berlangsung
5. Dosen Pembimbing 2 yaitu Bapak Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom yang penuh kesabaran memberikan saya arahan dan menjadi teman diskusi dalam proses pengerjaan tugas akhir ini berlangsung

6. Ayah saya Sigit Parwoto (Alm) yang telah meninggalkan saya ketika proses pengerjaan tugas akhir ini berlangsung, terima kasih banyak karena telah memberikan kontribusi besar dalam proses hidup saya terutama kuliah saya, terima kasih telah menjadi idola saya sejak kecil. *“You’re angel behind my mam”*
7. Ibu saya Retno Sulistyaningrum yang senantiasa memberikan cinta dan dukungannya kepada saya selama hidup saya terutama saat pengerjaan tugas akhir ini dilakukan, terima kasih banyak karena didikan dan cintanya saya bisa bertahan sampai saat ini
8. Teman – teman seperjuangan saya yaitu Rifka Firzanah, Siti Maulani, Muhammad Rif'al, Aldio Azhari, dan masih banyak lagi yang telah senantiasa berjuang bersama dan saling mendukung untuk menyelesaikan tugas akhir ini
9. Teman-teman HIMAKOTA Kabinet Selaras 2021 dan Kabinet Adibrata 2022 yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga selama saya menjalankan studi di Ilmu Komunikasi Untag Surabaya
10. Teman-teman Kaum Halim Sentosa yang penuh cinta dengan kesadaran penuh telah saling mendukung dalam proses pengerjaan tugas akhir, meskipun jalannya berbeda tetapi percayalah kita akan bertemu di persimpangan jalan yang sama
11. Orang-orang yang bekerja Reverseas Parfume karena telah membantu saya dalam mendapatkan data sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini
12. Narasumber-narasumber saya yaitu Mas Nigel, Galuh Salma, Dewa Erlangga, Alvin Goldiano, dan Mas Rizky karena telah memberi informasi sebagai narasumber untuk membantu proses analisis tugas akhir ini.
13. Sahabat saya Fawwas Maulana, Achmad Husen, Alviri Putri terima kasih telah membersamai saya ketika saya sedang suka maupun duka, terima kasih dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan studi kuliah saya

14. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri Hans Obed Christian karena telah berjuang dan berhasil sampai pada titik ini, terima kasih telah berkomitmen untuk menyelesaikan studi dengan tanggung jawab penuh, terima kasih karena tidak menyerah untuk segala upaya baik yang diusahakan

Surabaya, 8 Juni 2024
Penyusun,



Hans Obed Christian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
<i>1.1 Latar Belakang Masalah</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Fokus Penelitian</i>	<i>4</i>
<i>1.3 Rumusan Masalah</i>	<i>4</i>
<i>1.4 Tujuan Penelitian</i>	<i>5</i>
<i>1.5 Manfaat Penelitian</i>	<i>5</i>
<i>1.5.1 Manfaat Teoritis</i>	<i>5</i>
<i>1.5.2 Manfaat Praktis</i>	<i>5</i>
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
<i>2.1 Penelitian Terdahulu</i>	<i>7</i>
<i>2.2 Landasan Teori</i>	<i>20</i>
<i>2.3 Landasan Konsep</i>	<i>21</i>
<i>2.3.1 Media Sosial</i>	<i>21</i>
<i>2.3.2 Konten</i>	<i>22</i>
<i>2.3.3 Instagram</i>	<i>22</i>
<i>2.3.4 Brand image / Citra Merek</i>	<i>25</i>
<i>2.4 Kerangka Pemikiran</i>	<i>26</i>

BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
<i>3.1 Pendekatan Penelitian</i>	<i>27</i>
<i>3.2 Jenis Penelitian</i>	<i>27</i>
<i>3.3 Subjek dan Objek Penelitian</i>	<i>27</i>
<i>3.5 Teknik Pengumpulan Data</i>	<i>29</i>
<i>3.6 Teknik Analisis Data</i>	<i>30</i>
<i>3.7 Uji Keabsahan Data</i>	<i>31</i>
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
<i>4.1 Deskripsi Subjek/Objek Penelitian</i>	<i>33</i>
<i>4.1.1 Profil dan Sejarah Reverseas</i>	<i>33</i>
<i>4.1.2 Visi Misi Reverseas</i>	<i>34</i>
<i>4.1.3 Logo dan Maskot Reverseas</i>	<i>34</i>
<i>4.1.4 Instagram Reverseas</i>	<i>35</i>
<i>4.2 Analisis Data</i>	<i>37</i>
<i>4.3 Pembahasan</i>	<i>54</i>
<i>4.3.1 Penggunaan Semiotika Charles Sanders Pierce dalam Analisis Konten Instagram Reverseas</i>	<i>54</i>
<i>4.3.2 Brand Image dalam Instagram Reverseas</i>	<i>56</i>
<i>4.3.3 Strategi Konten Instagram Reverseas dalam Membentuk Brand Image</i>	<i>58</i>
BAB V	61
PENUTUP	61
<i>5.1 Kesimpulan</i>	<i>61</i>
<i>5.2 Saran</i>	<i>62</i>
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4. 2 Analisis Semiotika Charles Sanders dalam Postingan Reverseas.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Grafik Kenaikan Pengguna Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 4. 1 Logo Reverseas.....	33
Gambar 4. 2 Logo Brand Reverseas.....	34
Gambar 4. 3 Maskot Reverseas	35
Gambar 4. 4 Instagram Official Reverseas.....	37
Gambar 4. 5 Feed Instagram Reverseas Tanggal 24 Oktober 2023	37
Gambar 4. 6 Feed Instagram Reverseas Tanggal 22 Mei 2023.....	39
Gambar 4. 7 Feed Instagram Reverseas Tanggal 12 Juli 2022	41
Gambar 4. 8 Feed Instagram Reverseas Tanggal 19 Mei 2024.....	43
Gambar 4. 9 Feed Instagram Reverseas Tanggal 23 April 2024	45
Gambar 4. 10 Feed Instagram Reverseas Tanggal 4 Juli 2023	47
Gambar 4. 11 Feed Instagram Reverseas Tanggal 9 Mei 2024.....	50
Gambar 4. 12 Feed Instagram Reverseas Tanggal 31 Maret 2024.....	52
Gambar 4. 13 Logo Brand Reverseas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kartu Bimbingan	71
Lampiran 1. 2 Hasil Turnitin	73
Lampiran 1. 3 Lembar Revisi Dosen Penguji 1	75
Lampiran 1. 4 Lembar Revisi Dosen Penguji 2	76
Lampiran 1. 5 Lembar Revisi Dosen Penguji 3	77