

**STRATEGI KOMUNIKASI TAMPILAN VISUAL PADA AKUN
INSTAGRAM @AMIKOMFEST DALAM EVENT AMIKOM
FEST 2024 “LIGHT UP THE NIGHT”**

SKRIPSI



Disusun oleh:

TUBAGUS ABYAN AMMAR
21.96.2604

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2024/2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI TAMPILAN VISUAL PADA AKUN
INSTAGRAM @AMIKOMFEST DALAM EVENT AMIKOM
FEST 2024 “LIGHT UP THE NIGHT”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

TUBAGUS ABYAN AMMAR
21.96.2604

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2024/2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI TAMPILAN VISUAL PADA AKUN
INSTAGRAM @AMIKOMFEST DALAM EVENT AMIKOM FEST 2024
“LIGHT UP THE NIGHT”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

TUBAGUS ABYAN AMMAR
21.96.2604

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 03 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des
NIK. 190304506

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI TAMPILAN VISUAL PADA AKUN
INSTAGRAM @AMIKOMFEST DALAM EVENT AMIKOM FEST 2024
“LIGHT UP THE NIGHT”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

TUBAGUS ABYAN AMMAR
21.96.2604

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 12 Februari 2025

Nama Penguji

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom.,
M.I.Kom.
NIK. 190302437

Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des
NIK. 190304506

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
12 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 03 Maret 2025



Tubagus Abyan Ammar
NIM. 21.96.2604

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des (Pembimbing)
5. Panitia Amikom Fest 2024 selaku mitra dalam penelitian ini yang telah bersedia membantu penulis dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan informasi guna mendukung proses penelitian
6. Kepada keluarga, terutama ayah, ibu, dan saudara-saudara saya, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti. Motivasi dari mereka menjadi sumber kekuatan bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab
7. Tidak lupa, rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat tanpa henti dalam setiap langkah yang saya tempuh. Mendengarkan keluh kesah, serta memberikan solusi saat menghadapi masalah dalam proses penelitian
8. Playlist Sheila On 7 yang selalu ada menemani penulis dalam penelitian ini, menghadirkan suasana yang menyenangkan di setiap momen

Yogyakarta, 03 Maret 2025



Tubagus Abyan Ammar

DAFTAR ISI

COVER 1	i
COVER 2	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Teoritis	11
1.4.2. Praktis	11
1.5. Sistematika Bab	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	13
2.1.1. Jurnal penelitian Pertama	13
2.1.2. Jurnal Penelitian Kedua	14
2.1.3. Jurnal Penelitian Ketiga	14
2.1.4. Jurnal Penelitian Keempat	15
2.1.5. Jurnal Penelitian Kelima	16
2.2. Landasan Teori/Konsep.....	17
2.2.1. Teori SAM.....	17
2.2.2. Instagram.....	19
2.2.3. Desain Grafis	23
2.3. Kerangka Konsep.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Paradigma Penelitian	35
3.2. Pendekatan Penelitian	35
3.3. Metode Penelitian	36
3.4. Subjek dan Objek Penelitian	37
3.5. Teknik Pengambilan Data	37
3.6. Waktu Penelitian	39
3.7. Teknik Analisis Data	39
3.8. Teknik Keabsahan Penelitian	40
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Profil Informan.....	43
4.1.1. Zidan Alfi Kautsar.....	44
4.1.2. Muhammad Fahrur Nasyit	45
4.1.3. Fino Arkan Pramudita	46
4.1.4. Ahmad Rheza Dwi Saputra.....	47
4.2. Temuan Penelitian.....	48
4.2.1. Akun Instagram @amikomfest	48
4.2.2. Penerapan Komunikasi Visual	64
4.3. Pembahasan.....	97
4.3.1. Teori SAM (Strategic Alignment Model)	97
4.3.2. Pemanfaatan Fitur Instagram	99
4.3.3. Analisis Fundamental Desain	100
BAB V PENUTUP	103
5.1. Kesimpulan Saran	103
1. Kesimpulan	103
2. Saran	104
5.2. Penelitian Selanjutnya.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108

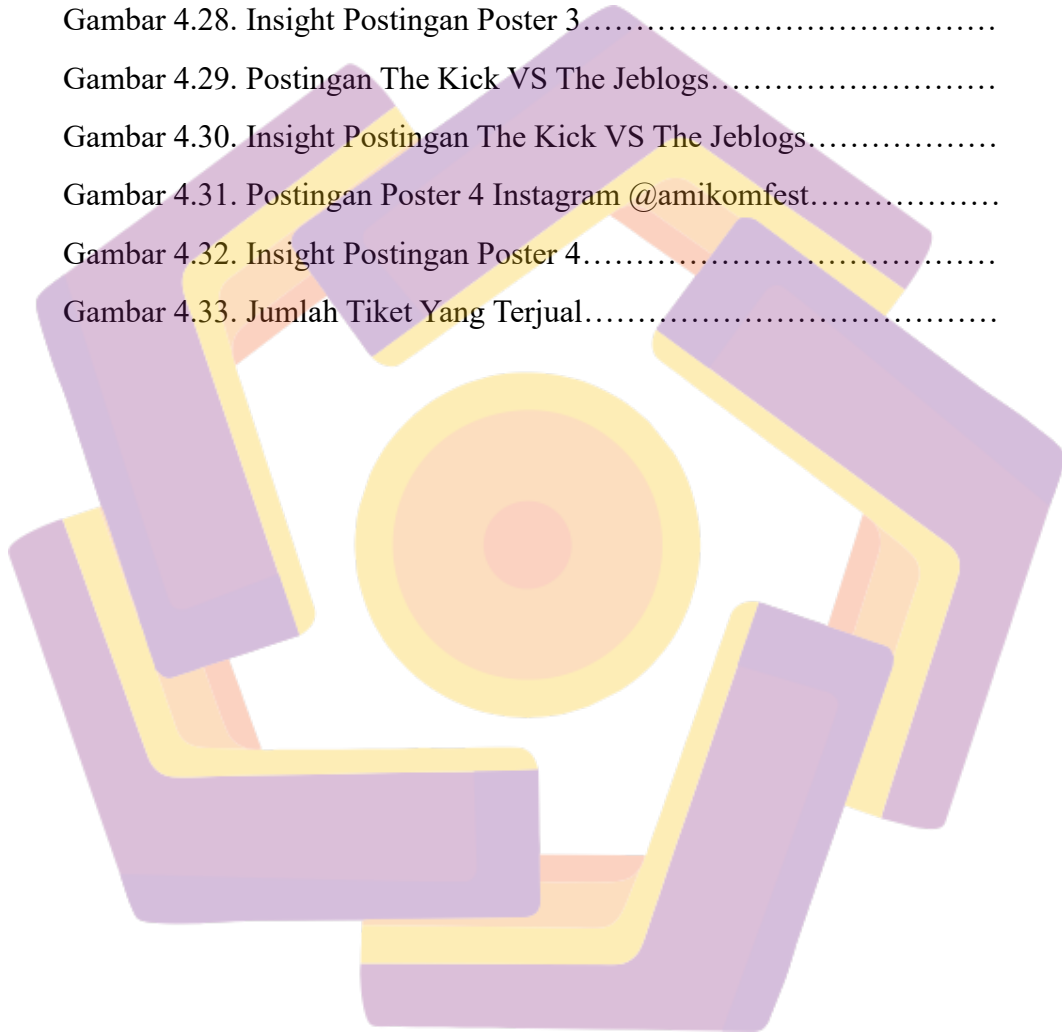
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar beberapa festival di Yogyakarta.....	3
Tabel 2.1. Berbagai Jenis Font.....	25
Tabel 2.2. Berbagai Jenis Warna.....	30
Tabel 4.1. Profil Informan.....	43
Tabel 4.2. Profil Informan 1.....	44
Tabel 4.3. Profil Informan 2.....	45
Tabel 4.4. Profil Informan 3.....	46
Tabel 4.5. Profil Informan 4.....	47
Tabel 4.6. Daftar Postingan Yang Diteliti.....	62
Tabel 4.7. Analisis Fundamental Desain Coming Soon.....	65
Tabel 4.8. Analisis Fundamental Desain Mascot.....	67
Tabel 4.9. Analisis Fundamental Desain Tagline.....	69
Tabel 4.10. Analisis Fundamental Desain Logo.....	71
Tabel 4.11. Analisis Fundamental Desain Poster 1.....	73
Tabel 4.12. Analisis Fundamental Desain Poster 2.....	76
Tabel 4.13. Analisis Fundamental Desain Poster 3.....	80
Tabel 4.14. Analisis Fundamental Desain The Kick VS The Jeblogs.....	84
Tabel 4.15. Analisis Fundamental Desain Poster 4.....	86
Tabel 4.16. Perbandingan Insight Pada Postingan.....	101

DAFTAR GAMBAR

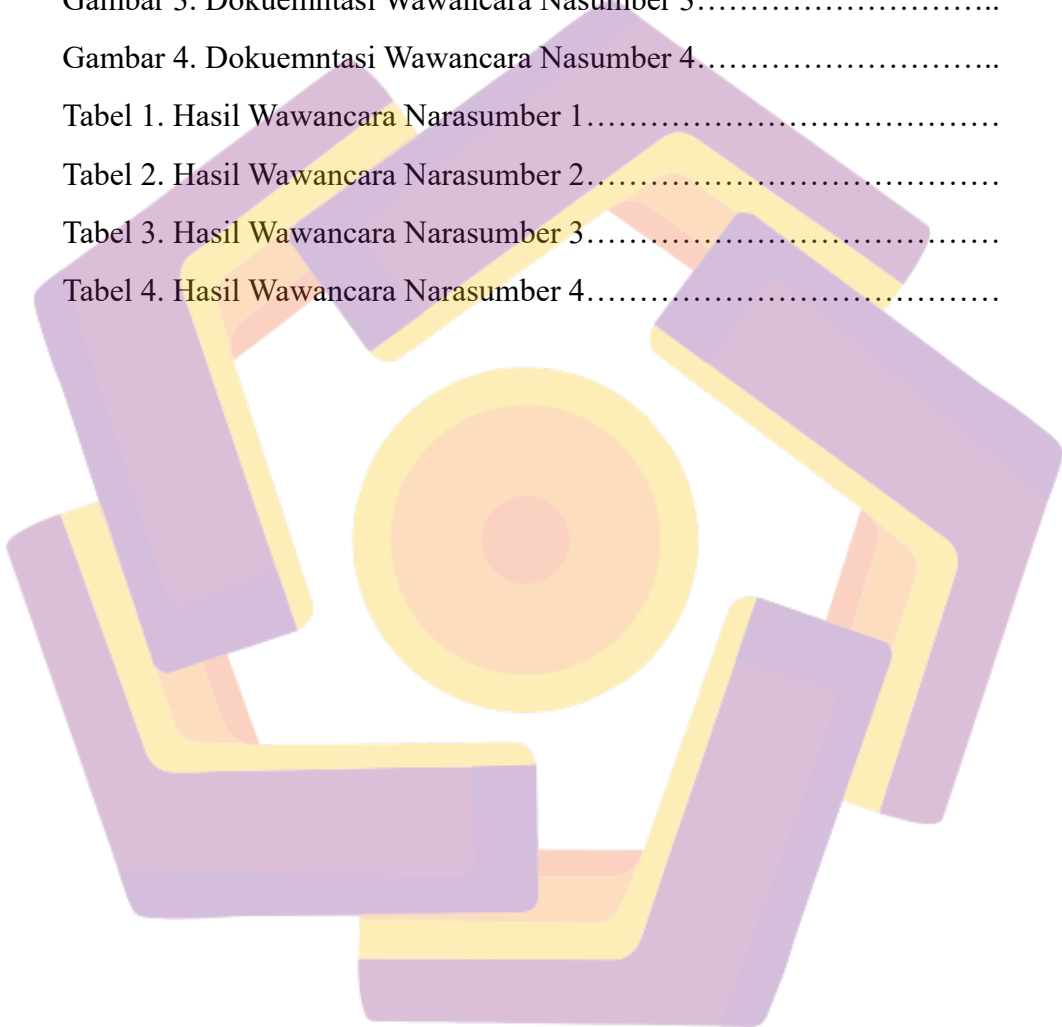
Gambar 1.1. Poster Amikom Fest 2023.....	1
Gambar 1.2. Logo Amikom Fest 2024.....	6
Gambar 1.3. Survei Literasi Digital di Indonesia.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4.1. Profil Instagram @amikomfest.....	49
Gambar 4.2. Fitur Post Instagram @amikomfest.....	50
Gambar 4.3. Fitur Reels Instagram @amikomfest.....	51
Gambar 4.4. Fitur Ditandai Instagram @amikomfest.....	52
Gambar 4.5. Fitur Story Instagram @amikomfest.....	52
Gambar 4.6. Fitur Live Instagram @amikomfest.....	53
Gambar 4.7. Fitur Collabs Instagram @amikomfest.....	54
Gambar 4.8. Fitur Carousel Post Instagram @amikomfest.....	54
Gambar 4.9. Fitur Add Music Instagram @amikomfest.....	55
Gambar 4.10. Fitur Bio Instagram @amikomfest.....	55
Gambar 4.11. Fitur Sorotan Instagram @amikomfest.....	56
Gambar 4.12. Fitur DM Instagram @amikomfest.....	57
Gambar 4.13. Fitur Hastage Instagram @amikomfest.....	57
Gambar 4.14. Fitur Like, Comment, & Share Instagram @amikomfest....	64
Gambar 4.15. Coming Soon Event Amikom Fest 2024.....	66
Gambar 4.16. Insight Postingan Coming Soon.....	66
Gambar 4.17. Mascot Event Amikom Fest 2024.....	68
Gambar 4.18. Insight Postingan Kemunculan Mascot.....	68
Gambar 4.19. Tagline Event Amikom Fest 2024.....	70
Gambar 4.20. Insight Postingan Kemunculan Tagline.....	70
Gambar 4.21. Logo Event Amikom Fest 2024.....	72
Gambar 4.22. Insight Postingan Kemunculan Logo.....	73

Gambar 4.23. Poster 1 Instagram @amikomfest.....	75
Gambar 4.24. Insight Postingan Poster 1.....	76
Gambar 4.25. Poster 2 Instagram @amikomfest.....	79
Gambar 4.26. Insight Postingan Poster 2.....	79
Gambar 4.27. Poster 3 Instagram @amikomfest.....	83
Gambar 4.28. Insight Postingan Poster 3.....	83
Gambar 4.29. Postingan The Kick VS The Jeblogs.....	85
Gambar 4.30. Insight Postingan The Kick VS The Jeblogs.....	85
Gambar 4.31. Postingan Poster 4 Instagram @amikomfest.....	86
Gambar 4.32. Insight Postingan Poster 4.....	90
Gambar 4.33. Jumlah Tiket Yang Terjual.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1. Dokuemntasi Wawancara Nasumber 1.....	109
Gambar 2. Dokuemntasi Wawancara Nasumber 2.....	109
Gambar 3. Dokuemntasi Wawancara Nasumber 3.....	110
Gambar 4. Dokuemntasi Wawancara Nasumber 4.....	110
Tabel 1. Hasil Wawancara Narasumber 1.....	111
Tabel 2. Hasil Wawancara Narasumber 2.....	115
Tabel 3. Hasil Wawancara Narasumber 3.....	118
Tabel 4. Hasil Wawancara Narasumber 4.....	121



ABSTRACT

This study aims to analyze the visual communication strategy implemented by the Instagram account @amikomfest in increasing ticket sales for the Amikom Fest 2024 event. Instagram as a visual-based social media platform has great potential in reaching a wide target audience and building interactions with potential visitors. Social media, especially Instagram, has become an effective platform for the entertainment industry to reach a wider audience through attractive visual content. The purpose of this study is to analyze the role of the visual display communication strategy on the Instagram account @amikomfest in influencing consumer purchasing interest in concert tickets.

The success of a concert focuses on the strategy used to attract audience interest and increase ticket sales. various marketing techniques applied in the concert industry, including the use of digital advertising, collaboration with influencers, and attractive visual campaigns to build awareness and create audience interest in the concert. The research method used is a qualitative approach with a case study on the Instagram account @amikomfest. Data was collected through observation of Instagram content, interviews with the Amikom Fest social media management team, and analysis of user engagement data.

Keywords: *Instagram, Marketing Communications, Visuals, Audience, and Amikom Fest 2024.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh akun Instagram *@amikomfest* dalam meningkatkan penjualan tiket event Amikom Fest 2024. Instagram sebagai platform media sosial berbasis visual memiliki potensi besar dalam menjangkau target audiens yang luas dan membangun interaksi dengan calon pengunjung. Media sosial khususnya Instagram telah menjadi platform efektif bagi industri hiburan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui konten visual yang menarik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran strategi komunikasi tampilan visual pada akun Instagram *@amikomfest* dalam memengaruhi minat beli konsumen terhadap tiket konser.

Keberhasilan penyelenggaraan sebuah konser berfokus pada strategi yang digunakan untuk menarik minat audiens dan meningkatkan penjualan tiket. Berbagai teknik pemasaran yang diterapkan dalam industri konser, termasuk penggunaan iklan digital, kolaborasi dengan influencer, serta kampanye visual yang menarik untuk membangun kesadaran (awareness) dan menciptakan minat audiens terhadap konser tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada akun Instagram *@amikomfest*. Data dikumpulkan melalui observasi konten Instagram, wawancara dengan tim pengelola media sosial Amikom Fest, serta analisis data keterlibatan pengguna (engagement).

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Pemasaran, Visual, Audiens, dan Amikom Fest 2024.