

ABSTRAK

Rahmanasta'in, Fatara, 2024. Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi di Akun Instagram @srawungseduh.vol2. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Kukuh Pribadi, S.I.Kom. MA.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Semiotika, Promosi, Instagram

Penggunaan media sosial, terutama Instagram, sebagai alat promosi semakin penting dalam berbagai konteks seperti promosi acara dan produk. Instagram menawarkan platform visual yang kuat untuk mencapai audiens secara efektif. Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan desain komunikasi visual di Instagram sebagai media promosi, dengan studi kasus @srawungseduh.vol2 yang sukses memanfaatkannya. Tujuan utama penelitian adalah memberikan wawasan tentang strategi dan teknik efektif dalam desain komunikasi visual, yang tidak hanya menarik tetapi juga meningkatkan interaksi pengguna. Metode penelitian menggunakan purposive sampling, diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami efektivitas desain komunikasi visual di era digital dan penggunaannya di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain berperan penting dalam menarik perhatian dan mempengaruhi partisipasi audiens. Dengan menggunakan elemen visual yang ikonik dan kombinasi warna cerdas, desain tersebut menciptakan kesan estetis dan informatif. Strategi penggunaan Instagram terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, didukung oleh riset audiens yang mendalam untuk mengoptimalkan konten visual. Penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana desain komunikasi visual dapat menjadi kunci sukses dalam promosi melalui platform media sosial seperti Instagram.

ABSTRACT

Rahmanasta'in, Fatara, 2024. *Visual Communication Design as a Promotional Media on Instagram Account @srawungseduh.vol2. Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Jember. Supervisor: Kukuh Pribadi, S.I.Kom.MA.*

Keywords: *Visual Communication, Semiotics, Promotion, Instagram*

The use of social media, especially Instagram, as a promotional tool is increasingly important in various contexts such as event and product promotion. Instagram provides a powerful visual platform to effectively reach audiences. This research explores the use of visual communication design on Instagram as a promotional medium, with a case study of @srawungseduh.vol2 successfully leveraging it. The primary objective of the study is to provide insights into effective strategies and techniques in visual communication design that not only attract but also enhance user interaction. The research method employed was purposive sampling, aimed at contributing to understanding the effectiveness of visual communication design in the digital era and its utilization on social media. The findings indicate that design plays a crucial role in capturing attention and influencing audience participation. By utilizing iconic visual elements and smart color combinations, the design creates aesthetic and informative impressions. Instagram's strategy proves effective in reaching a broader audience, supported by comprehensive audience research to optimize visual content. This research deepens understanding of how visual communication design can be a key factor in successful promotion through social media platforms like Instagram.