



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA AKUN
INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN PERTANDINGAN
SEPAK BOLA TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)**

SKRIPSI

AZIZ FADHILAH

NPM. 213516516612

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

APRIL 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**VISUAL COMMUNICATION STRATEGY FOR ADVERTISING CONTENT
ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @RCTISPORTS (CASE STUDY OF
ADVERTISING FOR THE INDONESIAN SENIOR NATIONAL FOOTBALL
TEAM MATCH IN MARCH 2025)**

THESIS

Submitted as partial fulfillment of the requirements for the Bachelor

AZIZ FADHILAH

NPM. 213516516612

COMMUNICATION SCIENCE

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

APRIL 2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aziz Fadhillah
NPM : 213516516612
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN
IKLAN PADA AKUN INSTAGRAM
@RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN
PERTANDINGAN SEPAK BOLA TIMNAS
SENIOR INDONESIA MARET 2025)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 03 September 2025

Dosen Pembimbing

Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Aoi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

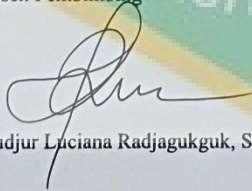
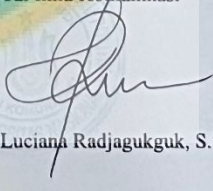
Nama : Aziz Fadhilah
NPM : 213516516612
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Judul Skripsi : **DAYA TARIK KONTEN IKLAN PADA AKUN
INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS
IKLAN PERTANDINGAN SEPAK BOLA
TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)**
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 21 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

 
Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Aziz Fadhilah

NPM : 213516516612

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA AKUN
INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN PERTANDINGAN
SEPAK BOLA TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, 2 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Aziz Fadhilah

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aziz Fadhilah
NPM : 213516516612
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA
AKUN INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN
PERTANDINGAN SEPAK BOLA TIMNAS SENIOR
INDONESIA MARET 2025

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

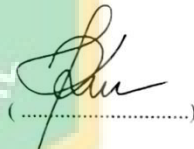
Ketua Sidang : Dr. Sahrudin, S.IP., MA., M.Si.


(.....)

Penguji 1 : Nursatyo, S.Sos., M.Si.


(.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.


(.....)

Jakarta,
4 September 2025

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aziz Fadhilah
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516612
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Advertising
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA
AKUN INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN PERTANDINGAN SEPAK BOLA
TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 September 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2 : Dr. Sahruddin, S.IP., MA., M.Si.

.....
.....

Penguji 1 : Nursatyo, S.Sos. M.Si.

.....
.....

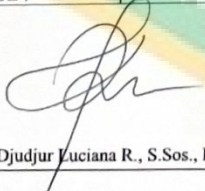
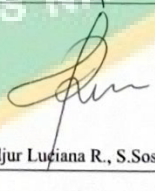
Pembimbing : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

.....
.....

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS,
halaman ini tidak dijilid.

HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Aziz Fadhilah	
NPM	: 213516516612	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Peminatan	: Advertising	
Tanggal Sidang	: 25 Agustus 2025	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA AKUN INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN PERTANDINGAN SEPAK BOLA TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
VISUAL COMMUNICATION STRATEGY FOR ADVERTISING CONTENT ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @RCTISPORTS (CASE STUDY OF ADVERTISING FOR THE INDONESIAN SENIOR NATIONAL FOOTBALL TEAM MATCH IN MARCH 2025)		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 3 September 2025	TGL : 3 September 2025	TGL : 3 September 2025
		
Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.	Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.	Aziz Fadhilah

**STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL KONTEN IKLAN PADA AKUN
INSTAGRAM @RCTISPORTS (STUDI KASUS IKLAN PERTANDINGAN
SEPAK BOLA TIMNAS SENIOR INDONESIA MARET 2025)**

Aziz Fadhilah

NPM 213516516612

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi visual konten iklan pada akun Instagram @rctisports, dengan fokus pada iklan pertandingan sepak bola Timnas Senior Indonesia yang tayang pada Maret 2025. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi sarana strategis dalam penyebaran informasi dan promosi pertandingan olahraga, karena menggabungkan unsur visual dan verbal yang mampu menarik perhatian audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dan analisis konten, serta mengacu pada teori komunikasi visual Paul Martin Lester untuk mengidentifikasi elemen visual yang membangun daya tarik pesan dalam iklan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan tim kreatif, video editor, dan desainer grafis yang terlibat dalam produksi iklan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara visual dinamis, pemilihan warna yang kuat, tipografi yang informatif, serta narasi yang emosional mampu menciptakan daya tarik yang signifikan terhadap audiens, sehingga meningkatkan minat menonton dan keterlibatan pengguna Instagram. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya perencanaan visual dalam strategi promosi digital, khususnya dalam konteks penyiaran olahraga.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Visual, Konten Iklan, Instagram, *Komunikasi Visual*, Timnas Indonesia.

**VISUAL COMMUNICATION STRATEGY FOR ADVERTISING CONTENT
ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @RCTISPORTS (CASE STUDY OF
ADVERTISING FOR THE INDONESIAN SENIOR NATIONAL FOOTBALL
TEAM MATCH IN MARCH 2025)**

Aziz Fadhilah

NPM 213516516612

ABSTRACT

This study aims to analyse the attractiveness of advertising content on the @rctisports Instagram account, with a focus on advertisements for the Indonesian Senior National Team football match that aired in March 2025. Social media, especially Instagram, is a strategic tool in the dissemination of information and promotion of sports matches, because it combines visual and verbal elements that are able to attract audience attention. The research method used is case study and content analysis, and refers to Paul Martin Lester's visual communication theory to identify visual elements that build message appeal in advertisements. Data was collected through observation, interviews with the creative team, video editor, and graphic designer involved in the production of the advert. The results of this study show that the combination of dynamic visuals, strong colour selection, informative typography, and emotional narrative can create significant appeal to the audience, thus increasing viewing interest and engagement of Instagram users. The practical implication of this research is the importance of visual planning in digital promotion strategies, especially in the context of sports broadcasting.

Keywords: Visual Communication Strategy, Advertising Content. Instagram, Visual Communication, Indonesian national team.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat, karunia, keridhoan, serta keberkahan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi komunikasi visual konten iklan pada akun Instagram @rctisports (Studi kasus iklan pertandingan sepak bola Timnas Senior Indonesia Maret 2025)” dengan tepat waktu. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan proses pembelajaran yang berharga.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin tercapai tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai waktunya, tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Selanjutnya ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku PLT Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Akademik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan SDM Universitas Nasional.

4. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus sebagai Ketua Sidang skripsi saya, saya ucapkan terima kasih.
5. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi saya, saya sangat berterima kasih kepada beliau karena telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi dengan baik dan benar.
7. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik Terima kasih atas tujuh semester untuk selalu memberikan arahannya tentang akademik perkuliahan.
8. Seluruh jajaran Staf dan Dosen Universitas Nasional yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada peneliti selama peneliti berkuliah di Universitas Nasional. Penulis sangat berterima kasih atas ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti terutama dalam menyelesaikan penelitian ini. dan juga tidak lupa kepada seluruh Staff dan Karyawan Sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala administrasi Peneliti dari awal masuk perkuliahan hingga akhir.
9. Terima kasih untuk PT Rajawali Citra Televisi Indonesia saudara Agung Muhajir Pratama yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti, terimakasih juga telah membantu memberikan dukungan dan arahannya selama meneliti, dan terima kasih kepada informan-informan yang telah memberikan waktunya dan memberikan informasi yang berguna untuk penelitian ini.
10. Kepada Bapak tersayang, Bapak Atam Setiawan yang telah memberikan dukungan material dan moral, dan juga telah memberikan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan dipanjangkan umurnya.

11. Kepada ibunda tersayang, ibunda Maryati selaku orang tua yang telah memberikan dukungan material dan moral, yang selalu mendoakan dan mensupport saya dalam bentuk apapun, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Semoga ibunda selalu diberikan kesehatan dan dipanjangkan umurnya.
12. Kepada Bos Bapak dan Bos Ibu, yang telah memberikan bantuan dan semangat pada penulis untuk kelancaran selama perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku mentor saya selama berkuliah di Universitas Nasional memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis dan memberikan dukungan serta arahnya, baik secara moril maupun materil.
14. Kepada Ilham, Jodhy, Fahri, Tsania selaku teman-teman seperbimbingan yang memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi hingga selesai dan tepat waktu.
15. Kepada Rengganis Novia Sari, penulis mengucapkan terimakasih karena telah menjadi teman selama dari awal hingga selesai perkuliahan ini. Semoga lancar untuk karir nya. Panjang umur sehat selalu.
16. Kepada Muhammad Haikal Alyandri dan Ahmad Maulana Prasetyo, penulis mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu penulis mencari buku dan mewawancarai kepada informan penelitian ini.
17. Terima kasih kepada Rafiq, Tiara, Farhan, Wardah, Seruni, Ahyuni, Amel, Fadhil, Yory, Samid, Fauzan serta teman-teman lainnya yang sudah bersama sejak semester satu. Perjalanan ini pasti terasa berbeda tanpa kebersamaan dan dukungan kalian.
18. UNAS TV dan rekan-rekan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
19. Terakhir penulis ucapkan terimakasih kepada diri sendiri Aziz Fadhilah karena sudah bisa bertahan dan mampu hingga tahap penyelesaian skripsi.

Terlepas dari semua itu penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih ada banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa. Penulis berharap semoga laporan ini memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Jakarta, 22 Juli 2025



Aziz Fadhilah



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Teori Komunikasi Visual	18
2.2.2 Karakteristik Komunikasi Visual	21
2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Visual	22
2.3 Landasan Konsep	22
2.3.1 Strategi Komunikasi Visual.....	22
2.3.2 Instagram.....	27
2.3.3 Konten	33
2.3.4 Iklan.....	37
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODOLOGI	43

3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Pendekatan Penelitian	44
3.3 Jenis Penelitian.....	44
3.4 Penentuan Informan	45
3.6 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.7 Teknik Pengumpulan Data	46
3.8 Teknik Analisis Data.....	48
3.9 Teknik Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Profil Perusahaan	52
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Strategi Komunikasi Visual Konten Iklan pada akun Instagram @rctisports.....	63
1. Strategi Daya Tarik Emosional konten iklan.....	66
2. Konten Iklan Reels akun Instagram @rctisports	86
4.3 Pembahasan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	41
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	51
Tabel 4. 1 Daftar Susunan Anggota PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia	58
Tabel 4. 2 Wawancara Informan	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Pengguna Instagram di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Postingan Match Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	3
Gambar 1. 3 Postingan cuplikan pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026	4
Gambar 1. 4 Postingan Cuplikan pertandingan Timnas Indonesia 2025	7
Gambar 2. 1 Logo Instagram.....	28
Gambar 4. 1 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	53
Gambar 4. 2 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	54
Gambar 4. 3 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	54
Gambar 4. 4 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	54
Gambar 4. 5 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	55
Gambar 4. 6 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	55
Gambar 4. 7 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	56
Gambar 4. 8 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	56
Gambar 4. 9 Struktur Organisasi RCTI	58
Gambar 4. 10 Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	70
Gambar 4. 11 Efek Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026	71
Gambar 4. 12 Elemen Motion Grafis	73
Gambar 4. 13 Footage Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	74
Gambar 4. 14 Footage Penonton Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	74
Gambar 4. 15 Motion Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	76
Gambar 4. 16 Elemen Visual Supers.....	78
Gambar 4. 17 Pemain Timnas Senior Indonesia	81
Gambar 4. 18 Penonton Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	82
Gambar 4. 19 Penonton Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2026.....	88

