

PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI VISUAL STORYTELLING BERBASIS REELS DI INSTAGRAM DIGINUSA SEBAGAI MEDIA EDUKASI MASYARAKAT

SEKARRINA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Melalui *Visual Storytelling* Berbasis Reels di Instagram Diginusa Sebagai Media Edukasi Masyarakat ” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 03 Juli 2025

Sekarrina
J0301211378



RINGKASAN

SEKARRINA. Penerapan Komunikasi Pemasaran Melalui *Visual Storytelling* Berbasis Reels di Instagram Diginusa Sebagai Media Edukasi Masyarakat (*The Application of Marketing Communication Through Visual Storytelling Based on Instagram Reels at Diginusa as a Public Education Media*). Dibimbing oleh WILLY BACHTIAR

Media sosial telah berkembang menjadi alat komunikasi yang efektif dalam strategi pemasaran digital. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah Instagram, terutama fitur video Reels yang mendukung penyampaian pesan secara visual dan menarik. Diginusa (*Digitalizing Education for the Nation*) sebagai perusahaan di bidang pendidikan digital memanfaatkan Instagram Reels dengan pendekatan *visual storytelling* untuk menyampaikan informasi edukatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi pemasaran dilakukan melalui elemen-elemen *visual storytelling* dalam konten Reels Instagram Diginusa, serta menganalisis strategi berdasarkan teori 4P (*product, price, place, dan promotion*). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi konten dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diginusa secara konsisten menerapkan tujuh elemen *visual storytelling* menurut teori Walter & Gioglio: *design, storytelling, personalization, usefulness, personality, shareworthiness, dan real-time amplification*. Diginusa menggunakan desain visual yang konsisten, seperti font, warna, dan logo, untuk memperkuat identitas merek. Cerita atau *storytelling* digunakan untuk menyederhanakan informasi kompleks, sedangkan pendekatan *edutainment* (edukasi dan hiburan) diterapkan untuk membuat konten lebih menarik dan mudah dipahami. Pemilihan isu yang relevan, seperti *Artificial Intelligence* dan *cyberbullying*, meningkatkan keterlibatan audiens, serta mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif, seperti membagikan konten atau mengikuti kampanye digital. Strategi ini mendukung upaya perusahaan dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memperkuat peran Instagram sebagai media edukasi. Penerapan komunikasi pemasaran Diginusa melalui *visual storytelling* juga sejalan dengan strategi bauran pemasaran (4P), di mana Reels digunakan untuk memperkenalkan produk, membangun citra merek, serta meningkatkan jangkauan audiens secara luas. *visual storytelling* berbasis Reels efektif dalam meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat peran Instagram sebagai media edukasi.

Kata kunci: Edukasi Digital, Instagram, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Reels, *Visual Storytelling*.



SUMMARY

SEKARRINA. The Application of Marketing Communication Through Visual Storytelling Based on Instagram Reels at Diginusa as a Public Education Media. Supervised by WILLY BACHTIAR.

Social media has evolved into an effective communication tool within digital marketing strategies. One widely used platform is Instagram, particularly its Reels feature, which enables the delivery of messages in a visually appealing and engaging manner. Diginusa (Digitalizing Education for the Nation), a company in the field of digital education, utilizes Instagram Reels with a visual storytelling approach to disseminate educational content. This research aims to explain how marketing communication is implemented through visual storytelling elements in Diginusa's Instagram Reels content and to analyze the strategy based on the 4P marketing mix theory (product, price, place, and promotion). This study employs a descriptive qualitative method, with data collected through content observation and in-depth interviews. The findings indicate that Diginusa consistently applies the seven elements of visual storytelling as proposed by Walter & Gioglio: design, storytelling, personalization, usefulness, personality, shareworthiness, and real-time amplification. Diginusa uses consistent visual designs—such as fonts, colors, and logos—to reinforce brand identity. Storytelling is used to simplify complex information, while the edutainment (education and entertainment) approach helps make content more engaging and easier to understand. The selection of relevant topics, such as Artificial Intelligence and cyberbullying, enhances audience engagement and encourages active participation, such as content sharing and involvement in digital campaigns. This strategy supports the company's efforts in building brand awareness, increasing audience engagement, and strengthening Instagram's role as an educational medium. Diginusa's marketing communication through visual storytelling also aligns with the 4P marketing mix strategy, using Reels to introduce products, shape brand image, and expand audience reach. Reels-based visual storytelling proves effective in increasing brand awareness, broadening audience coverage, and reinforcing Instagram's function as an educational platform.

Keywords: Digital Education, Instagram, Marketing Communication, Social Media, Reels, Visual Storytelling.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI VISUAL STORYTELLING BERBASIS REELS DI INSTAGRAM DIGINUSA SEBAGAI MEDIA EDUKASI MASYARAKAT

SEKARRINA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

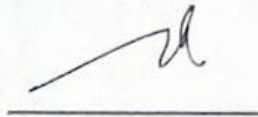
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Penerapan Komunikasi Pemasaran Melalui *Visual Storytelling*
Berbasis Reels di Instagram Diginusa Sebagai Media Edukasi
Masyarakat

Nama : Sekarrina
NIM : J0301211378

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Willy Bachtiar, S.Ikom, M.Ikom
NPI 20181119871127100



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr.Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 16 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah komunikasi, dengan judul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Melalui *Visual Storytelling* Berbasis Reels di Instagram Diginusa Sebagai Media Edukasi Masyarakat.

Dalam proses penyusunan karya ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga besar Hj. Zubaedah, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan tanpa henti dalam setiap langkah penulis selama menempuh pendidikan hingga tahap akhir ini.
2. Dr. Willy Bachtiar, S.Ikom., M.Ikom., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan berbagai masukan yang sangat berarti sepanjang proses penyusunan laporan ini.
3. Dr M Ghozali Moonawar, MM., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran agar dapat melengkapi penelitian penulis.
4. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University.
5. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University.
6. Seluruh pihak di Diginusa yang telah berkenan memberikan bantuan serta informasi yang sangat berharga selama proses pengumpulan data.

Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Sekarrina



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	3
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran	5
2.2 Media sosial	6
2.3 Instagram	7
2.4 <i>Visual Storytelling</i>	8
2.5 Peneliti Terdahulu	11
2.6 Kerangka Pemikiran	18
METODE	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu	19
3.3 Subjek Penelitian	19
3.4 Data dan Instrumentasi	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	20
3.6 Pengujian Kredibilitas	21
HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Penelitian	23
4.2 Pembahasan	45
SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	70

DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Penelitian Terdahulu	12
2	Tabel 2 Informan penelitian	20
3	Tabel 3 Analisis konten Reels Instagram Diginusa	25

DAFTAR GAMBAR

4	Gambar 1 Kerangka pemikiran	18
5	Gambar 2 Tampilan akun instagram diginusa	23
6	Gambar 3 Data insight Reels jenis konten Instagram Diginusa	24
7	Gambar 4 Konten Reels Instagram Diginusa spesial Ramadan	27
8	Gambar 5 Warna palet Instagram Diginusa	27
9	Gambar 6 Tampilan konten Reels Instagram Diginusa	28
10	Gambar 7 Logo Diginusa	28
11	Gambar 8 Konten ‘bantu siswa balik fokus’	29
12	Gambar 9 Tampilan insight konten “bantu siswa balik fokus”	30
13	Gambar 10 Konten tipe-tipe orang menggunakan teknologi	31
14	Gambar 11 Tampilan insight konten tipe orang pengguna teknologi	31
15	Gambar 12 Gambar 12 Contoh konten edukasi bertema AI	32
16	Gambar 13 Tampilan insight konten edukasi AI dan kolom komentar	33
17	Gambar 14 Konten meme	34
18	Gambar 15 Kolom komentar konten meme	34
19	Gambar 16 Tampilan insight konten meme	35
20	Gambar 17 Contoh konten Diginusa dengan CTA	35
21	Gambar 18 Kampanye digital xplornation	36
22	Gambar 19 Grafik analisis konten kampanye digital	37
23	Gambar 20 Konten goes to school Diginusa	37
24	Gambar 21 Tampilan insight konten goes to school	38
25	Gambar 22 Tampilan produk dan layanan diginusa	39
26	Gambar 23 Konten program robotic Diginusa	40
27	Gambar 24 Tampilan insight konten robotik	40
28	Gambar 25 Konten presensi lebih praktis	41
29	Gambar 26 Grafik konten presensi lebih praktis	41
30	Gambar 27 Konten seminar digitalk	42
31	Gambar 28 Konten belajar coding bersama Diginusa	43
32	Gambar 29 Tampilan insight konten belajar coding bersama Diginusa	44
33	Gambar 30 Konten reels jumlah tayangan lebih banyak	44
34	Gambar 31 Feeds Instagram Reels Diginusa	46

DAFTAR LAMPIRAN

35	Lampiran 1 Panduan wawancara kepada Head of Sales Marketing	62
36	Lampiran 2 Panduan wawancara kepada Social Media Specialist	64
37	Lampiran 3 Panduan wawancara kepada Social Media Specialist Pihak Eksternal	65
38	Lampiran 4 Total Views Konten Diginusa Februari-Mei 2025	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



39	Lampiran 5 Konten Reels Paling banyak disukai Periode Februari-Mei 2025	67
40	Lampiran 6 Konten Reels Paling Tinggi Periode Februari-Maret 2025	68
41	Lampiran 7 Surat Izin Penelitian	69

@Hak cipta milik IPB University