



PENERAPAN RETORIKA VISUAL DALAM IKLAN INDOMIE KOREAN RAMYEON SERIES X NEWJEANS DI MEDIA YOUTUBE

ZAHRA NAMIRAH WANDI



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



- 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 Dilindungi Undang-undang

1. Dilatang 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.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Penerapan Retorika Visual dalam Iklan Indomie *Korean Ramyeon Series X NewJeans* di Media Youtube” 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, Juli 2025

Zahra Namirah Wandi
J0301211116



- 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 Dilindungi Undang-undang

1. Dilatang 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.

ABSTRAK

ZAHRA NAMIRAH WANDI. Penerapan Retorika Visual dalam Iklan Indomie *Korean Ramyeon Series X NewJeans* di Media Youtube. Dibimbing oleh PUDJI MULJONO dan FAHMI FUAD CHOLAGI.

Perkembangan iklan digital mendorong perusahaan menggunakan strategi visual dalam menarik perhatian audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan retorika visual dalam iklan Indomie *Korean Ramyeon Series x NewJeans* di media YouTube serta bagaimana elemen visual menyampaikan pesan dan membangun hubungan emosional dengan audiens. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi iklan dan wawancara dengan penggemar K-pop dan Generasi Z yang telah menonton iklan tersebut serta diuji keabsahannya dengan triangulasi metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti warna, simbol, ekspresi wajah, dan komposisi ruang memiliki makna, sesuai dengan syarat dan karakteristik retorika visual. Visual-visual tersebut mampu menarik perhatian dan membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga mendorong ketertarikan untuk mencoba atau membeli produk. Temuan ini menunjukkan bahwa retorika visual dalam iklan tidak hanya memperkuat pesan produk, tetapi juga menciptakan daya tarik dengan target audiens. Penerapan retorika visual menjadi penting karena mampu membangun komunikasi persuasif dalam memengaruhi audiens secara emosional maupun kognitif.

Kata Kunci: iklan, retorika, visual

ABSTRACT

ZAHRA NAMIRAH WANDI. The Application of Visual Rhetoric in the Indomie Korean Ramyeon Series X NewJeans Advertisement on YouTube. Supervised by PUDJI MULJONO and FAHMI FUAD CHOLAGI.

The growth of digital advertising has led companies to use visual strategies to attract audiences. This study analyzes how visual rhetoric is applied in the Indomie Korean Ramyeon Series x NewJeans YouTube ad, focusing on how visual elements convey messages and build emotional connections. Using a descriptive qualitative approach, data were gathered through ad observation and interviews with K-pop fans and Gen Z viewers, validated through method triangulation. Findings show that elements like color, symbols, facial expressions, and spatial composition carry symbolic meaning and align with visual rhetoric principles. These visuals engage audiences, sparking interest and encouraging product trials or purchases. The study concludes that visual rhetoric not only strengthens the product message but also creates culturally and emotionally relevant appeal for the target audience, making it a key tool in persuasive advertising.

Keywords: advertisement, rhetoric, visual



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 2025
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 RETORIKA VISUAL DALAM IKLAN INDOMIE KOREAN RAMYEON SERIES X NEWJEANS DI MEDIA YOUTUBE

ZAHRA NAMIRAH WANDI

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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilatang 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.

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



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.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Suparman, MM



Judul Laporan : Penerapan Retorika Visual dalam Iklan Indomie *Korean Ramyeon Series X NewJeans* di Media Youtube
Nama : Zahra Namirah Wandi
NIM : J0301211116

Disetujui oleh



Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si

Pembimbing 2:
Fahmi Fuad Cholagi, S.I Kom, M.Si

Diketahui oleh




Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, Ssos, MP.
NPI 201807198005241001

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

Tanggal Ujian:
21 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilatang 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 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.



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 Januari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Retorika Visual, dengan judul “Penerapan Retorika Visual dalam Iklan Indomie Korean Ramyeon Series X NewJeans di Media Youtube”.

- 1) Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si dan Fahmi Fuad Cholagi, S.I Kom, M.Si yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga.
- 2) Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media.
- 3) Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB dan seluruh dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media.
- 4) Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada para informan, yaitu Wianda, Lila, Rashes, Zia, Jerry, dan Salsa, yang telah meluangkan waktu serta memberikan informasi dan pandangan yang sangat membantu penulis selama penulisan laporan akhir ini.
- 5) Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Desliwandi dan Ibu Wildesni atas doa, cinta, dan dukungan tiada henti yang menjadi sumber kekuatan utama dalam setiap langkah penulis. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada saudara tersayang, Shafa Hania Wandi dan Syahwa Aliah Wandi yang selalu memberikan cinta, semangat, dan dorongan dalam berbagai bentuk. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat pulang, dan sumber kekuatan.
- 6) Penulis juga berterima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan, Jihan Sahra, Shafa Nabila Lubis, Evelyn Purwaningsih, Syafa Camila Artamevia, dan Sheelin Nur Khalida Syakira yang telah menjadi rekan dalam bertumbuh, berbagi suka dan duka, saling menopang di kala penat, dan mendampingi penulis dalam menghadapi berbagai proses serta lika-liku perjalanan akademik maupun kehidupan. Terima kasih atas kebersamaan, diskusi, cerita, dan dukungan yang telah mengiringi perjalanan panjang ini. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada rekan-rekan satu bimbingan Raka, Salwa, Kayla, Shabrina, dan Artani serta seluruh rekan KMN 58 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Seluruh interaksi, proses pembelajaran, dan cerita yang terjalin telah menjadi bagian penting dalam proses pembentukan diri penulis selama menempuh pendidikan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap segala bentuk masukan dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Zahra Namirah Wandi



- 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.



DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Preposisi	23
III METODE	25
3.1 Lokasi dan Waktu	25
3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3 Subyek Penelitian	26
3.4 Data dan Instrumen	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Teknik Keabsahan Data	29
3.7 Luaran Penelitian	30
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	31
4.2 Gambaran Penelitian	34
4.3 Penerapan Tiga Syarat Retorika Visual	40
4.4 Penerapan Tiga Karakteristik Retorika Visual	45
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilatang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a.

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

1	Penelitian terdahulu	9
2	Cuplikan <i>scene-scene</i> pada iklan	46
3	Rencana kegiatan	61

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	22
2	Logo PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)	32
3	NewJeans sebagai <i>Global Brand Ambassador</i> Indomie	35
4	Anggota NewJeans	37
5	NewJeans dalam musik video <i>Hype Boy</i>	37
6	<i>Thumbnail</i> iklan pada akun YouTube Indomie	38
7	Performa iklan pada YouTube Indomie <i>Korean Ramyeon Series</i>	39
8	Warna pakaian anggota NewJeans	41
9	Cuplikan iklan seperti dalam format Instagram Live	43

DAFTAR LAMPIRAN

1	Rencana kegiatan	61
2	Daftar pertanyaan wawancara komunitas penggemar NewJeans	62
3	Daftar pertanyaan wawancara Generasi Z	63
4	Transkrip wawancara dengan komunitas penggemar NewJeans	64
5	Transkrip wawancara dengan komunitas penggemar NewJeans	70
6	Transkrip wawancara dengan komunitas penggemar NewJeans	78
7	Transkrip wawancara dengan Generasi Z	82
8	Transkrip wawancara dengan Generasi Z	85
9	Transkrip wawancara dengan Generasi Z	88
10	Dokumentasi wawancara	91
11	Pedoman observasi	92