

**PEMAKNAAN WARGANET TERHADAP KOMUNIKASI VISUAL
YANG DITERAPKAN OLEH AKUN PESTAPORA
DI INSTAGRAM**

(Studi Resepsi pada Warganet Instagram)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Malang sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Muhammad Subarkah

NIM : 201910040311429

Dosen Pembimbing :

Drs. Farid Rusman, M Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

PEMAKNAAN WARGANET TERHADAP KOMUNIKASI VISUAL
YANG DITERAPKAN OLEH AKUN PESTAPORA
DI INSTAGRAM

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD SUBARKAH
201910040311429

Telah disetujui
Rabu, 1 Oktober 2025

Pembimbing I



Drs. Farid Rusman, M.Si

Wakil Dekan I



Muhammad Fairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Subarkah
201910040311429


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 1 Oktober 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si**

()

2. **Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si**

()

3. **Drs. Farid Rusman, M.Si**

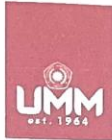
()

Mengetahui
Wakil Dekan **MUHAMMAD** Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin **S.P.,M.Hub.Int.**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Subarkah
NIM : 201910040311429
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemaknaan Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram

Disetujui,
Pembimbing

Drs. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 156 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Subarkah
NIM : 201910040311429
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pemakaian Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 2 September 2025



Muhammad Subarkah



Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beredungan Sidani No 198 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 149 (Hunting)
F: +62 341 587 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Subarkah
No. Induk Mahasiswa : 201910040311429
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Judul Skripsi : Pemaknaan Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Drs. Farid Rusman, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tloponas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Muhammad Subarkah
NIM : 201910040311429
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada Semester 13 Tahun Akademik 2025/2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 2 September 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beerdungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 591 149 (Hunting)
F: +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG



PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN

MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Pemaknaan Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram

Oleh:

Nama : Muhammad Subarkah

NIM : 201910040311429

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 2 September 2025

Pembimbing I/Promotor

Drs. Farid Rusman, M.Si

NIP. 10390090173



(* Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bendaung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 250 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendaung Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 567 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Muhammad Subarkah

NIM : 201910040311429

Hasil Plagiasi : 16/9

BAB I	5			
BAB II	0			
BAB III	10			

16/4

BAB IV	1			
BAB V	2			
BAB VI	7			

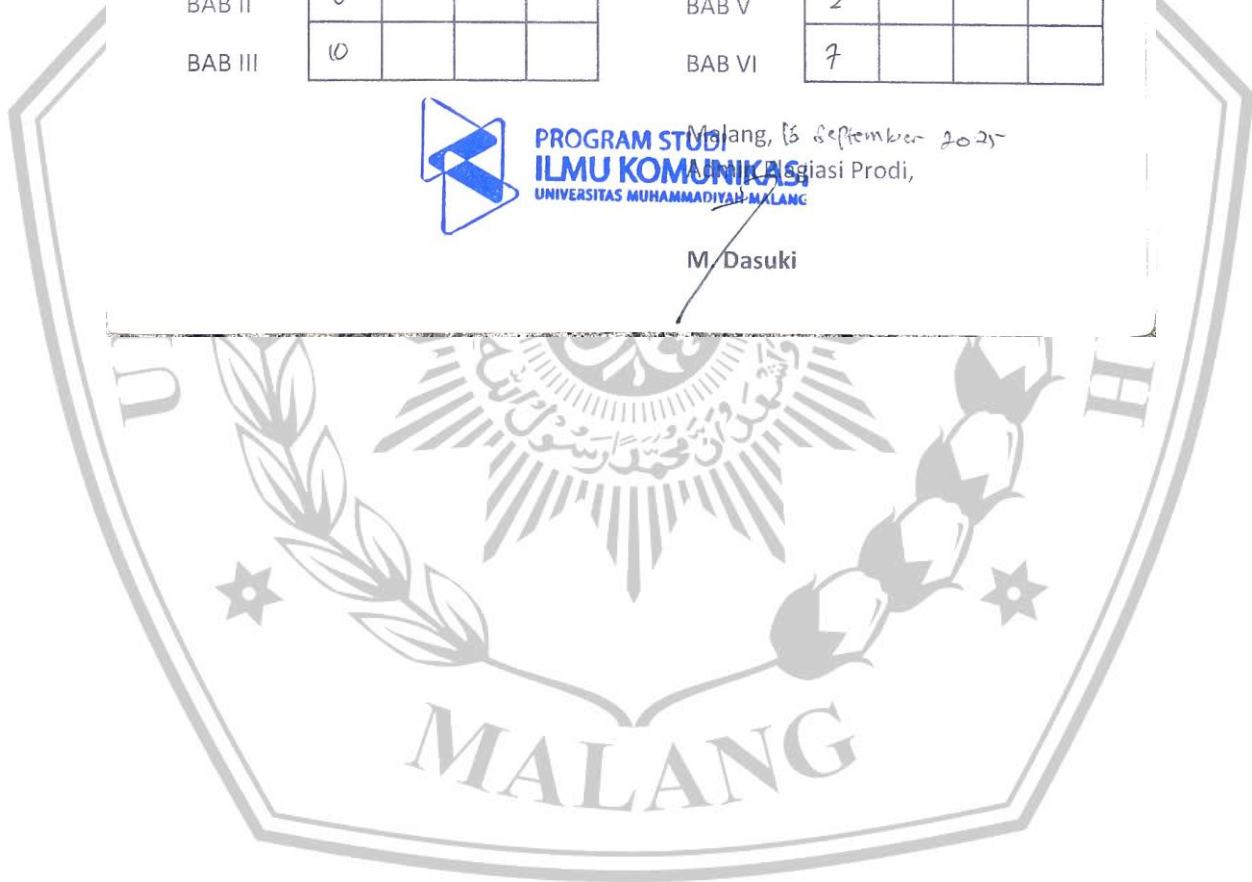


PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 13 September 2021

Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Berita Acara Seminar Hasil (SEMHAS)

Pada Hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 19.00 WIB

Telah Dilaksanakan Seminar Hasil (SEMHAS) oleh :

Nama	Muhammad Subarkah
NIM	201910040311429
Jurusan	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul	Pemakaian Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram
Dosen Pembimbing	Drs. Farid Rusman, M.Si
Dosen Penguji	Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Seminar hasil dilaksanakan secara daring (online) melalui *platform Zoom Meeting*

(<https://us06web.zoom.us/j/89995885441?pwd=NUyhGbjjGDOg5GjdJLI9fuli96xWsF.1>)

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 serta sejumlah 15 peserta (daftar hadir peserta terlampir). Penyajian Seminar hasil (SEMHAS) dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS dengan nilai

Mengetahui,

Malang, 2 September 2025

Drs. Farid Rusman, M.Si
(Dosen Pembimbing)

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si
(Dosen Penguji)

Menyetujui,

Nasrullah, S.Sos., M.Si
(Ketua program Studi Ilmu Komunikasi)



Kampus 1
Jl. Burhan, 1174-1175, Jember Timur
T: +62 341 597 2533 | Handphone:
F: +62 341 597 437

Kampus 2
Jl. Burhan, 1174-1175, Jember Timur
T: +62 341 597 2533 | Handphone:
F: +62 341 597 437

Kampus 3
Jl. Burhan, 1174-1175, Jember Timur
T: +62 341 597 2533 | Handphone:
F: +62 341 597 437

Lampiran Peserta Seminar Hasil



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Peserta Seminar Hasil (SEMHAS)

Waktu Presensi	Nama	Institusi	Nim	Status
7/8/2025 19:33	Muhammad Taqiyudien Al Rasyid	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311434	Hadir
7/8/2025 19:34	Hassan Arie Wibowo	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311453	Hadir
7/8/2025 19:35	Nadia Aprilia	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311442	Hadir
7/8/2025 19:35	Yesi Dwi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311405	Hadir
7/8/2025 19:36	Deniar Hilmi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311433	Hadir
7/8/2025 19:37	Alvian Firdaus	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311425	Hadir
7/8/2025 19:38	Riezky Thaufani	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311424	Hadir
7/8/2025 19:39	Choisti Isvinabilah	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311426	Hadir
7/8/2025 19:41	Tiara Kurny Salosa	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311439	Hadir
7/8/2025 19:42	Muhammad Zaky Nurrahman	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311438	Hadir
7/8/2025 19:44	Ahmad Reza	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311430	Hadir
7/8/2025 19:46	Raras Ispriadmi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311436	Hadir
7/8/2025 19:49	Berlian Akbar Putra I	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311450	Hadir
7/8/2025 19:50	Mukti Syam Adi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311428	Hadir
7/8/2025 20:02	Raflyzal Eltitan Putra Chrisnanda	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311419	Hadir

Berita Acara Bimbingan Skripsi

Nama : Muhammad Subarkah



Kampus 1
Jl. Widyadarmas I, Jember Timur
Telp. (0331) 521 200 (Kampus)
F. (0331) 521 111

Kampus 2
Jl. Bendo, Jember Timur, 68101 Malang, Jawa Timur
Telp. (0331) 521 140 (Kampus)
F. (0331) 521 100

Kampus 3
Jl. Bendo, Jember Timur, 68101 Malang, Jawa Timur
Telp. (0331) 521 140 (Kampus)
F. (0331) 521 100
E. wismah@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



NIM : 201910040311429
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Judul Skripsi : Pemakaian Warganet terhadap Komunikasi Visual yang diterapkan oleh Akun Festival Musik Pestapora di Instagram
 Dosen Pembimbing : Drs. Farid Rusman, M.Si
 Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
16 September 2022	Kelas Bimbingan Pertama Seminar Proposal	
22 September 2022	ACC Judul Penelitian	
17 Oktober 2022	Konsultasi Bab I, Bab II, dan Bab III	
12 November 2022	Seminar Proposal	
24 Oktober 2023	Pengajuan Ganti Judul Penelitian	
30 Oktober 2023	ACC Judul Penelitian	
16 Desember 2024	Konsultasi Bab I, Bab II, dan Bab III	
23 Desember 2024	Revisi Bab II dan III	
13 Januari 2025	Revisi Bab II	
6 Februari 2025	ACC Melanjutkan Penelitian dan Wawancara	
29 April 2025	Konsultasi Bab IV, Bab V, Bab VI	
15 Mei 2025	Konsultasi Bab V dan Bab VI	
27 Mei 2025	Konsultasi Bab V	
18 Juni 2025	Konsultasi Bab V	
26 Juni 2025	ACC Seminar Hasil	
8 Juli 2025	Seminar Hasil	

Malang, 13 Agustus 2025

Drs. Farid Rusman, M.Si .



Kampus I
 Jl. Burhanigala, Malang, Jawa Timur
 Telp. 341 522 223 (Hunting)
 F. 341 466 135

Kampus II
 Jl. Pahlawan, Sukorejo, Malang, Jawa Timur
 Telp. 341 551 144 (Hunting)
 F. 341 542 563

Kampus III
 Jl. Husein Sastranegara, Malang, Jawa Timur
 Telp. 341 464 218 (Hunting)
 F. 341 344 874 213
 E. wismah@um.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi warganet Instagram terhadap penggunaan komunikasi visual dalam meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran pada festival musik Pestapora. Sebagai sebuah festival musik populer, Pestapora memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi sosial yang dominan digunakan oleh generasi muda di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam dan analisis konten visual pada akun Instagram Pestapora. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warganet menilai komunikasi visual Pestapora memiliki keunikan estetika, konsistensi branding, serta mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Namun demikian, tantangan muncul dalam menjaga keterbacaan pesan di tengah dominasi estetika visual yang kompleks. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai konstruksi budaya yang membentuk identitas festival di mata audiens digital. Temuan ini memberikan kontribusi akademis pada kajian komunikasi visual, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi pengelola festival dalam merumuskan strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif melalui media sosial.

Kata Kunci: Persepsi, Warganet, Instagram, Komunikasi Visual, Festival Musik

Menyetujui,



Drs. Farid Rusman, M.Si

Malang, 2 September 2025



Muhammad Subarkah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pemaknaan Warganet terhadap Komunikasi Visual yang Diterapkan oleh akun Festival Musik Pestapora di Instagram”**. Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. **Sumaja Wahyu Widayanti (Ibu), Ahmad Safii (Ayah), Prasetyani Atikah Putri (Kakak), Dwi Aliyah Apriyani (Kakak)** yang telah memberikan dukungan penuh berupa doa, moril, dan materiil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. **Bapak Drs. Farid Rusman, M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
3. **Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang** yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. **Faschal, Salma, Afid, Nanda, Sabira** yang telah bersedia menjadi subjek penelitian dan memberikan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
5. **Soekarno Dewa Saputra, Mochammad Zoulyan Aziezy, Deva Raditya, Dzulian Zhidan, Fadhel Januar** yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
6. Rekan peneliti dari **Samata House** yang turut memberikan dukungan moril dan semangat kepada peneliti.
7. Rekan peneliti di kuliah **Addien Al Rasyid, Riezky Thaufani, Nadia Aprilia, Tiara Salosa, Rafidy Maulana, Alvian Firdaus** yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama proses penyusunan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca, serta menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi visual di Instagram.

Malang, 16 September 2025

Muhammad Subarkah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI	iv
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	v
SURAT KETERANGAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR PUSTAKA	xix
BAB I PENDAHULUAN	21
1.1 Latar Belakang.....	21
1.2 Rumusan Masalah.....	30
1.3 Tujuan penelitian.....	30
1.4 Manfaat Penelitian	30
1.4.1 Manfaat Akademis.....	31
1.4.2 Manfaat Praktis	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	32
2.1 Instagram sebagai Media Komunikasi Sosial.....	32
2.1.1 Pengertian Komunikasi	32
2.1.2 Macam-Macam Media Komunikasi Sosial.....	36
2.1.3 Macam-Macam Konteks Komunikasi.....	37
2.1.4 Proses Komunikasi dalam Media Instagram.....	40
2.2 Instagram Sebagai Industri Media	42
2.2.1 Instagram dalam Perspektif <i>Mediatization</i>	43
2.2.2 Ekonomi Platform dan Algoritma Instagram	43
2.2.3 Peran Instagram dalam Industri Kreatif	44
2.2.4 Budaya Pop dan Representasi di Instagram	44
2.3 Instagram sebagai Media Konstruksi Sosial.....	45
2.4 Audiens Sebagai Pasar	48
2.4.1 Ciri-ciri Audiens Sebagai Pasar	50
2.4.2 Audiens sebagai Pasar dalam Konteks Media Sosial.....	51
2.4.3 Kritik Terhadap Teori Audiens sebagai Pasar	53
2.4.4 Asumsi dalam Perilaku Audiens	53
2.5 Penelitian Terdahulu	57
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Pendekatan Penelitian	63
3.2 Tipe Penelitian	65

3.3	Ruang Lingkup Penelitian.....	65
3.4	Sumber Data Penelitian.....	66
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.6	Teknik Analisis Data.....	69
BAB 4 GAMBARAN UMUM.....		70
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian Akun Instagram @pestapora.....	70
4.2	Struktur Festival Musik Pestapora.....	71
4.3	Aktivitas Komunikasi di Akun Instagram @pestapora.....	72
4.4	Akun Instagram Pestapora (@pestapora): Wadah Strategis Komunikasi Visual.....	77
4.5	Cuplikan Konten “Latihan Pestapora” di Reels.....	79
4.6	Deskripsi Subjek.....	80
4.6.1	Subjek 1 (Faschal).....	81
4.6.2	Subjek 2 (Nanda).....	81
4.6.3	Subjek 3 (Sabira).....	82
4.6.4	Subjek 4 (Afid).....	82
4.6.5	Subjek 5 (Salma).....	82
BAB V.....		83
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		83
5.1	Hasil Penelitian.....	83
5.1.1	Keterlibatan dan Pemaknaan Audiens terhadap Konten Visual.....	84
5.1.2	Komunikasi Visual sebagai Pemicu Minat dan Pengaruh.....	85
5.2	Persespsi terhadap Interaksi Sosial di Akun @pestapora.....	87
5.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
5.3.1	Audiens sebagai Pasar: Komodifikasi Perhatian Warganet.....	89
5.3.2	Implikasi Komunikasi Visual dalam Berinteraksi.....	91
5.3.3	Komunikasi Sosial sebagai Bahasa Budaya dan Identitas.....	94
5.3.4	Tantangan dan Keterbatasan Komunikasi Visual dalam Membangun Makna.....	98
5.4	Interpretasi Warganet terhadap Komunikasi Visual yang dilakukan Pestapora.....	100
5.4.1	Interpretasi terhadap Brand Awareness dari @pestapora.....	103
5.4.2	Interpretasi Terkait Komunikasi Visual sebagai salah satu faktor utama untuk menjadi daya Tarik Audience.....	106
5.4.3	Interpretasi terkait Lingkungan Mempengaruhi Informasi yang Diserap oleh Kalangan Anak Muda.....	109
5.5	Interpretasi Terkait Komunikasi Visual @pestapora Bersifat Informatif.....	112
5.6	Interpretasi Terkait Segmentasi Audience dalam Komunikasi Visual akun @pestapora.....	116
5.7	Diskusi Hasil Penelitian dengan Teori Resepsi Stuart Hall.....	120
5.8	Diskusi Hasil Penelitian dalam Perspektif Teori Audiens sebagai Pasar.....	124
BAB VI PENUTUP.....		127
6.1	Kesimpulan.....	127
6.2	Saran.....	131
LAMPIRAN.....		134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Visual Instagram Pestapora di Tahun Pertama (2022)	76
Gambar 2 Tampilan visual Instagram Pestapora di tahun 2024.....	76
Gambar 3 Unggahan dalam Akun Instagram Pestapora Yaitu Bermain Tebak-Tebakan.....	77
Gambar 4 Cuplikan Konten “Latihan Pestapora saat di kota Bekasi.....	79
Gambar 5 Cuplikan Konten “Latihan Pestapora” saat di kota Malang	80
Gambar 6 Tampilan desain lineup yang diunggah oleh @pestapora.....	114
Gambar 7 Tampilan peta venue dari @pestapora	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deskripsi Subjek Peneliti	81
Tabel 2. Diskusi Hasil Penelitian dengan Teori Resepsi Stuart Hall	121



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	134
LAMPIRAN 2.....	136
LAMPIRAN 3.....	139
LAMPIRAN 4.....	142
LAMPIRAN 5.....	145



DAFTAR PUSTAKA

- Bimbingan, B., & Konseling, D. A. N. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New Media and Society*, 8(1), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1461444806059922>
- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA MUALLAF PADA IKLAN ONLINE BUKALAPAK “A Stranger – A Ramadan Story.” *CommLine*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>
- Fensi, F. (2022). Memahami Media sebagai Alat Komodifikasi Audiens. *Journal of Community Services: Sustainability and Empowerment*, 2(01), 1–9. <https://doi.org/10.35806/jcsse.v2i1.277>
- Haki, U., Prahastiwi, E. D., & Selatan, U. T. (2024). Strategi Pengumpulan dan Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif Pendidikan. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Pendidikan*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.46306/jurinotep.v3i1.67>
- Hidayatullah, M., Moerod, M., Laily, N., Wisman, Y., Goa, L., Derung, T. N., Sugiantiningsih, A. A. P., Yahya, Agusrianto, E., & Handayani, E. (2020). Teori Sosial Empirik. In *Teori Sosial dan Administrasi Publik* (Nomor May). https://www.researchgate.net/profile/Mohammad-Hidayatullah/publication/341276119_Teori_SoSocial_empirik/links/5eb77533a6fdcc1f1dcb2505/Teori-SoSocial-empirik.pdf#page=135
- Husna, A., Hasan, K., & Arifin, A. (2024). Identitas Dan Penciptaan Diri Di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.29103/jspm.v5i1.11590>
- Iffah, F., & Yasni, Y. F. (2022). Manusia Sebagai Makhluk Sosial. *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis dan Filologi*, 1(1), 38. <https://doi.org/10.31958/lathaif.v1i1.5926>
- Jatmika, D., & Puspitasari, K. (2019). Learning Agility Pada Karyawan Generasi Millennial Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(1), 187–199. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3446>
- Khadijah, C. D. (2018). Transformasi perpustakaan untuk generasi millennial. *Jurnal Iqra*, 12(02), 59–78.
- Lase, D., & Daeli, D. O. (2020). Pembelajaran Antargenerasi Untuk Masyarakat Berkelanjutan: Sebuah Kajian Literatur Dan Implikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(2), 89. <https://doi.org/10.23887/jiis.v6i2.28138>
- Mariati, Anderson, J., Yussyca, & Angela, S. J. (2022). Elemen Visual pada Infografis: Studi Infografis Karya Mahasiswa Mata Kuliah Identitas Merek. *Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanagara*, 103–110.
- Muannas, M. (2018). Proses Gatekeeping Terkait Redistribusi Konten Media Sosial: Perspektif Generasi Z. *Jurnal Jurnalisa*, 4(2), 256–270. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i2.6898>
- Mujtahidin, M., & Oktarianto, M. L. (2022). Metode Penelitian Pendidikan Dasar: Kajian

Perspektif Filsafat Ilmu. *TERAMPIL: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*, 9(1), 95–106. <https://doi.org/10.24042/terampil.v9i1.12263>

Nisa, H. (2016). Komunikasi Yang Efektif Dalam Pendidikan Karakter. *Universum*, 10(1), 49–63. <https://doi.org/10.30762/universum.v10i1.223>

Safina Salma Sa'adah, Ubaid Ridlo, & Maudlotun Nisa. (2024). Eksplorasi Ruang Lingkup Penelitian Kebahasaan. *Simpati*, 2(3), 171–184. <https://doi.org/10.59024/simpati.v2i3.838>

Tinarbuko, S. (2015). DEKAVE, Desain Komunkiasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY_18T5E7V4k18

