

**MAKNA REPRESENTASI VISUAL PRODUK YANG
DIPROMOSIKAN PADA AKUN INSTAGRAM**

@dewisolobatikofficial

TUGAS AKHIR SKRIPSI



**OLEH
DEWI MUSTIKAWATI
NIM. 14149121**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2021**

**MAKNA REPRESENTASI VISUAL PRODUK YANG
DIPROMOSIKAN PADA AKUN INSTAGRAM**

@dewisolobatikofficial

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai
derajat Sarjana Strata-1 (S1)
Program Studi S-1 Seni Rupa Murni
Jurusan Seni Rupa Murni



OLEH

DEWI MUSTIKAWATI

NIM. 14149121

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA

SURAKARTA

2021



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Mustikawati

NIM : 14149121

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Skripsi berjudul :

Makna Representasi Visual Produk Yang Dipromosikan Pada Akun Instagram @dewisolobatikofficial adalah karya saya sendiri bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini ditampilkan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 6 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Dewi Mustikawati

NIM 14149121

PERSEMBAHAN

Untuk diri yang terus berjuang

Keluarga dan orang-orang tersayang



MOTTO

... Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka ...

(Q.S. Ath-Thalaq ayat 2-3)

“Kesempatan bukanlah hal yang kebetulan. Kamu harus menciptakannya.”

(Chris Grosser)



ABSTRAK

Skripsi ini meneliti dan membahas tentang makna representasi visual produk yang dipromosikan pada akun *@dewisolobatikofficial*. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode semiotika, dengan landasan teori tanda-fungsi (*sign-fuction*) Roland Barthes untuk membaca makna visual dari produk pakaian batik *@dewisolobatikofficial*. Dari penelitian ini bisa dibaca bahwa penggunaan media *Instagram* tidak hanya berasal dari tanda-tanda yang berasal dari fungsi *Instagram* saja. Penulis beranggapan bahwa penggunaan akun *@dewisolobatikofficial* tentu karena adanya tren di dalamnya, namun penulis juga memanfaatkan fungsi *Instagram* untuk berjualan. Penulis memaknai fungsi *Instagram* sebagai tanda bahwa penulis ingin menunjukkan akun *Instagram @dewisolobatikofficial* sebagai toko *online*.

Kata kunci : semiotika, *sign-fuction*, pakaian batik, *Instagram @dewisolobatikofficial*, makna



KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas semua jalan yang telah Dia berikan, sehingga skripsi yang berjudul *Makna Representasi Visual Produk Yang Dipromosikan Pada Akun Instagram @dewisolobatikofficial* dapat terselesaikan dengan baik-baik saja.

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada kedua orang tua serta keluarga besar yang telah memberi dukungan doa, moril, maupun materil. Kemudian ucapan terima kasih penulis tunjukan pada Dosen Pembimbing Pak Titus (Albertus Rusputranto P. A., S.Sn., M.Hum.) yang telah telaten dan sabar membimbing penulis sampai tahap akhir.

Tidak lupa juga ucapan terima kasih pada teman-teman penjual batik dan *owner* toko *online* lainnya yang telah berbagi informasi seputar penjualan visual produk pada *Instagram*. Serta ucapan terima kasih kepada Pak Amir Gozali S.Sn., M.Sn. selaku kajar Seni Rupa Murni dan Dosen PA (Penasehat Akademik) Pak Zarkasi (Much. Sofwan Zarkasi, S.Sn., M.Sn.) juga Tim Penguji dan seluruh Dosen Seni Rupa Murni yang telah sabar memberikan petunjuk-petunjuk dan ilmunya.

Selesainya skripsi ini tentu tidak lepas dari kekurangan, maka dari itu penulis membuka pintu kritik maupun saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pembaca.

Surakarta, 6 Agustus 2021

Penulis

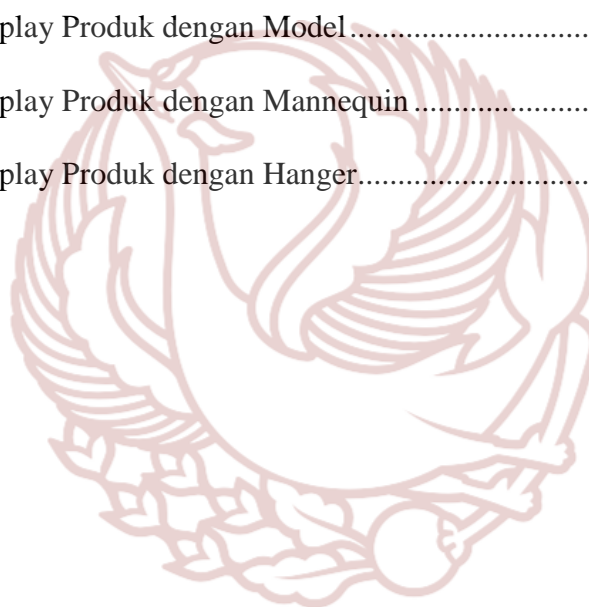
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori.....	13
G. Metodologi Penelitian	15
H. Teknik Pengumpulan Data.....	16
I. Sistematika Penulisan	18

BAB II.....	19
AKUN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA BISNIS ONLINE	19
A. Akun @ <i>dewisolobatikofficial</i> sebagai Sarana Bisnis.....	19
B. Visualisasi @ <i>dewisolobatikofficial</i> dalam Instagram	22
BAB III	30
REPRESENTASI VISUAL PRODUK PADA @ <i>dewisolobatikofficial</i>	30
BAB IV	38
MAKNA VISUAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA BISNIS ONLINE PADA AKUN @ <i>dewisolobatikofficial</i>	38
BAB V.....	46
PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	48
Daftar Pustaka	49
GLOSARIUM.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Visual Pakaian Batik	22
Gambar 2. Pakaian Batik.....	24
Gambar 3. Bagan Proses Pelaksanaan Pemanfaatan Instagram.....	27
Gambar 4. Produk @dewisolobatikofficial beserta keterangan via Instagram.....	31
Gambar 5: Produk @dewisolobatikofficial yang <i>mengendorse</i> Ivanka Suwandi	33
Gambar 6. Produk @dewisolobatikofficial.....	34
Gambar 7. Display Produk dengan Model.....	35
Gambar 8. Display Produk dengan Mannequin.....	36
Gambar 9. Display Produk dengan Hanger.....	36



Daftar Pustaka

Barthes, Roland. 2012. *Elemen-elemen Semiotologi*. Terj. Kahfie Nazaruddin. Yogyakarta: Jalasutra.

Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer*. Terj. Asma Bey Mahyuddin. Yogyakarta: Jalasutra.

Rusputranto P.A., Albertus. 2016. *Pengantar Semiotika Struktural Momen Ilmiah Barthes*. Surakarta: ISI Press

Sunardi, St. 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Buku Baik Yogyakarta.

Jurnal Online

Hasanah, Nur. 2019. "Analisis Mekanisme Dropshipper Dan Reseller Di Toko Online S3 Komputer Surabaya". Lihat http://digilib.uinsby.ac.id/35394/1/Nur%20Hasanah_G73215025.pdf diakses pada 11 februari 2021.

Hidayatullah, Syarif, dkk. 2008. "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food ". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 6 No. 2. Lihat <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/viewFile/2560/1595> diakses pada 20 februari 2021.

Kurniawan, Tony. "Representasi Fotografi Landscape Warna Dan Hitam Putih Serta Impact-Nya Terhadap Penikmat Fotografi (Faktor Penyama Dan Faktor Pembeda ". Lihat https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/728/jbptunikompp-gdl-tonykurnia-36374-14-unikom_t-h.pdf diakses pada 4 maret 2021.

Kusuma, Diana Fitri dan Mohamad Syahriar Sugandi. 2018. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang

Dilakukan Oleh Dino Donuts “. Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol. 3 No. 1.
Lihat <https://www.researchgate.net/publication/334052352> diunduh pada 26 Juni
2021

Internet

<file:///C:/Users/User/Downloads/5.%20BAB%201V.pdf> diakses pada 12 Juli 2021

<file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/5.%20BAB%201V.pdf> diakses pada 7
Juli 2021

<http://digilib.uinsby.ac.id/16828/3/Bab%202.pdf> diakses pada 16 februari 2021.

<https://docplayer.info/114014489-Pengertian-tujuan-unsur-dan-jenis-jenis-branding.html> diakses pada 22 februari 2021.

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=terjemahan> diakses pada
16 februari 2021

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/fitur> diakses pada 16 februari 2021.

<https://kbbi.web.id> diakses pada 7 februari 2021.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-1-00213-MN%20Bab2001.pdf> diakses pada 11 februari 2021

<https://medium.com/@dede.brahma2/perbedaan-antara-crawling-dan-scraping-98e64e0c6439> diakses pada 28 februari 2021.

<http://neliti.com/> diakses pada 20 februari 2021.

<http://uinbanten.ac.id/> diakses pada 7 februari 2021.

<http://uinsby.ac.id/> diakses pada 7 februari 2021.

<http://umy.ac.id/> diakses pada 7 februari 2021

<http://unikom.ac.id/> diakses pada 7 februari 2021

<http://umy.ac.id/> diakses pada 7 februari 2021

<http://scholar.unand.ac.id/10858/2/bab%201.pdf> diakses pada 28 Juli 2021

<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132309999/pendidikan/excel-pakt.pdf> diakses pada 4 maret 2021.

<https://www.ilmusipil.com/cara-membuat-bar-chart-proyek> diakses pada 28 februari 2021.

<https://www.instagram.com/dewisolobatikofficial> diunduh 6 Juni 2021

<https://www.instagram.com/ivanka.suwandi>

<http://e-journal.uajy.ac.id/1888/2/1KOM03006.pdf> diakses pada 15 Agustus 2021



GLOSARIUM

<i>Audience</i>	Hadirin, para penonton, para pendengar.
<i>Bar Chart</i>	Diagram alur pelaksanaan pekerjaan yang dibuat untuk menentukan waktu penyelesaian pekerjaan yang dibutuhkan.
<i>Branding</i>	Nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing
Blog	Merupakan kependekan dari kata "weblog" yang berisi link-link ke <i>website</i> lain yang dianggap menarik disertai dengan komentar-komentar sendiri atau orang lain.
<i>Caption</i>	Keterangan
<i>Chaos</i>	Ketidakteraturan.
<i>Comment</i>	Komentar
<i>Contact Person</i>	Orang yang dapat dihubungi
<i>Crawling</i>	Teknik mengumpulkan data pada sebuah <i>website</i> dengan memasukkan <i>Uniform Resource Locator (URL)</i> .
<i>Dropship</i>	Sebuah teknik pemasaran untuk pemasaran

online dimana para pelaku bisnis toko *online* atau penjual tidak perlu menyimpan persediaan barang banyak,

Dropshipper

Pilihan profesi penjual yang tanpa harus menyediakan produk juga tidak direpotkan dengan pelayanan terhadap konsumen (*packaging* dan pengiriman barang).

Fashion

Mode pakaian

Fashionable

Modis

Facebook

Salah satu *Online Social Networking* atau situs jejaring sosial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya.

Filter

Alat untuk menyaring, penyaring, penapis.

Fitur

Karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (televisi, ponsel, dan sebagainya).

Follow

Ikuti

Followers

Pengikut

Fotografi *Landscape*

Foto pemandangan dengan area foto yang lebih panjang yang mana perbandingan sisi panjang dan sisi lebar sangat kontras.

Gadget

Perangkat elektronik kecil yang memiliki fungsi

	khusus.
<i>Hardware</i>	Komponen-komponen fisik yang membentuk satu kesatuan sistem Personal Computer (PC).
<i>Hashtag</i>	Tanda pagar, digunakan untuk mengelompokkan suatu topik.
<i>Image</i>	Photo.
<i>Impulse Buying.</i>	Pembelian impulsif
<i>Instagram</i>	Aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (<i>Share</i>) ke jejaring sosial yang lain.
<i>Like</i>	Suka
<i>Location</i>	Lokasi
<i>Media</i>	Perantara atau pengantar.
<i>Microsoft Excel (Ms-Excel)</i>	Program aplikasi spreadsheet (lembar kerja elektronik) canggih
<i>Millennial Generation</i>	Generasi modern yang hidup di pergantian milenium.
<i>Ongkir</i>	Ongkos kirim
<i>Online</i>	Proses pengaksesan informasi yang sedang berlangsung melalui media internet.
<i>Platform</i>	Sebuah program, rencana kerja, sebuah pernyataan dari kelompok partai tentang program kebijakan, sampai dengan mimbar,

	pentas, atau panggung.
<i>Re-Post</i>	Posting ulang
<i>Reseller</i>	Penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya).
<i>Screenshot</i>	Tangkapan layar
<i>Share</i>	Bagikan atau saling bertukar sesuatu.
<i>Signifier</i>	Unsur penanda
<i>Software</i>	Program komputer yang berfungsi sebagai sarana interaksi (penghubung) antara pengguna (<i>user</i>) dan perangkat keras (<i>hardware</i>).
<i>Tagging</i>	Menandai
<i>Tumblr</i>	Merupakan sebuah layanan <i>Tumblelog</i> yang mengizinkan penggunanya untuk mem-posting tidak hanya tulisan, tetapi juga mengizinkan penggunanya untuk mem-posting seperti <i>text</i> , <i>photo</i> , <i>quote</i> , <i>video</i> , <i>chat</i> , <i>audio</i> , dan <i>link</i> .
<i>Twitter</i>	Sebuah situs jejaring sosial yang sedang berkembang pesat saat ini karena pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer ataupun perangkat mobile mereka dari manapun dan kapanpun.
<i>Upload</i>	Unggah