

**Analisis Komunikasi Visual pada Konten Instagram
@Edufarmers dalam Membangun Kesadaran Generasi Z di
Sektor Pertanian**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi**



SEPTERANANDA RATNA SYAHIRRA

1231923009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Septerananda Ratna Syahirra

NIM : 1231923009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Septerananda Ratna Syahirra
NIM : 1231923009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Visual pada Konten Instagram
@Edufarmers dalam Membangun Kesadaran Generasi Z di Sektor Pertanian

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. ( 02/09/2025)

Pembahas 1 : Fahmi Anwar, S.I.kom., M.I.kom. ()

Pembahas 2 : Suharyanti, M.S.M.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan ini masih terdapat berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan, baik yang disadari maupun tidak. Namun demikian, penulis berharap karya ini tetap dapat memberikan manfaat dan menjadi proses pembelajaran, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan arahnya pada tahap penyusunan Tugas Akhir ini hingga akhirnya dapat diselesaikan, diantaranya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mama, Abi dan Alm. Papa, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan kesempatan yang telah diberikan kepada peneliti untuk menempuh pendidikan hingga berhasil meraih gelar sarjana.
2. Ms. Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi, peneliti mengucapkan terima kasih atas waktu, tenaga, bimbingan, serta motivasi yang tak henti-hentinya diberikan, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Pak Fahmi Anwar, S.I.kom., M.I.kom dan Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku dosen penguji pertama dan penguji kedua saya dalam sidang skripsi ini, terima kasih atas masukan dan arahan yang telah membantu peneliti menyempurnakan skripsi sejak tahap seminar proposal.
4. Pak Sulis, selaku triangulator atau pakar ahli, peneliti menyampaikan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu serta berbagi wawasan dan ilmu yang sangat membantu dalam memperdalam dan menyelesaikan penelitian ini.
5. Informan Penelitian, Terima kasih untuk Mas Alberic selaku pihak Edufarmers, yang sudah bersedia menjadi key informan pada penelitian

6. ini dan memberikan waktunya untuk melakukan diskusi sebagai pengelola media sosial @Edufarmers.
7. Alfadin Azhari selaku pasangan peneliti, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaannya yang selalu hadir menemani sepanjang perjalanan kuliah hingga proses penyusunan tugas akhir ini.
8. Tivani Khorunnisa selaku sahabat terdekat peneliti, terima kasih atas dukungan dan berbagi pengetahuan yang sangat membantu dalam menyelesaikan masa perkuliahan hingga skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu penulis terbuka terhadap segala bentuk masukan maupun kritik yang membangun untuk pengembangan lebih lanjut. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Jakarta, 15 Agustus 2025



Septerananda Ratna Syahirra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septerananda Ratna Syahirra

NIM :1231923009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Komunikasi Visual pada Konten Instagram @Edufarmers dalam Membangun Kesadaran Generasi Z di Sektor Pertanian ”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Septerananda Ratna Syahirra

**ANALISIS KOMUNIKASI VISUAL PADA KONTEN INSTAGRAM
@EDUFARMERS DALAM MEMBANGUN KESADARAN GENERASI Z
DI SEKTOR PERTANIAN**

SEPTERANANDA RATNA SYAHIRRA

ABSTRAK

Edufarmers merupakan sebuah organisasi non-profit yang berdiri sejak tahun 2015 untuk mengembangkan petani dan pemuda di Indonesia. Dalam upayanya menjangkau generasi muda, khususnya Generasi Z, Edufarmers memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran utama untuk menyampaikan konten agrikultur yang dikemas secara menarik melalui segi visual, bahasa, dan informasi pesannya. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui komunikasi visual pada konten Instagram @Edufarmers dalam membangun kesadaran Generasi Z di sektor pertanian. Penelitian ini berfokus pada komunikasi visual yang digunakan oleh platform Edufarmers dalam mengemas konten untuk pasar generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini di analisis menggunakan teori komunikasi visual dan berdasarkan konsep AIDA. Dari penelitian ini ditemukan keberhasilan komunikasi visual pada konten Instagram Edufarmers dalam membentuk kesadaran Generasi Z ditentukan oleh tiga aspek utama yaitu visual, bahasa, dan informasi pesan. Ketiga elemen ini saling mendukung sehingga mampu mendorong keterlibatan nyata Generasi Z dalam sektor pertanian.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Konten Instagram, Generasi Z, Kesadaran, Pertanian.

**VISUAL COMMUNICATION ANALYSIS ON INSTAGRAM CONTENT OF
@EDUFARMERS IN RAISING AWARENESS AMONG GENERATION Z
IN THE AGRICULTURAL SECTOR**

SEPTERANANDA RATNA SYAHIRRA

ABSTRACT

Edufarmers is a non-profit organization established in 2015 with the aim of empowering farmers and youth in Indonesia. In its efforts to reach the younger generation, particularly Generation Z, Edufarmers utilizes Instagram as its primary platform to deliver agricultural content that is attractively packaged through visuals, language, and message information. This study aims to analyze and explore the visual communication strategies used in @Edufarmers Instagram content to raise awareness among Generation Z about the agricultural sector. The research focuses on how Edufarmers visually communicates its content to appeal to Generation Z. A qualitative approach with descriptive methods was employed, with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis draws upon visual communication theory and the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action). The findings reveal that the success of Edufarmers' Instagram content in building awareness among Generation Z is determined by three main elements: visuals, language, and informational messages. These elements work in harmony to effectively encourage real engagement from Generation Z in the agricultural sector.

Keywords: Visual Communication, Instagram Content, Generation Z, Awareness, Agriculture.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB 1.....	12
PENDAHULUAN.....	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19
BAB 2.....	20
TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Konsep yang relevan.....	20
2.1.1 Komunikasi Visual.....	20
2.1.2 Konsep AIDA.....	25
2.1.3 Media Sosial Instagram.....	27
2.1.4 Karakteristik Gen Z.....	31
2.1.5 Kesadaran.....	34
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	36
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Desain dan Pendekatan.....	46
3.2 Objek dan Subjek.....	46
3.3 Pengumpulan Data.....	47
3.3.1 Observasi.....	48
3.3.2 Wawancara.....	48
3.3.3 Dokumentasi.....	49

3.4 Analisis Data.....	50
3.5. Triangulasi Data.....	51
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	52
BAB IV.....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.1.2 Visi dan Misi Edufarmers.....	55
4.1.3 Profil Informan.....	56
4.1.4 Triangulator.....	59
4.2. Penyajian Data.....	60
4.2.1 Komunikasi Visual.....	60
4.2.1.1 Segi Visual.....	60
4.2.1.2 Segi Bahasa.....	66
4.2.1.3 Segi informasi pesan.....	68
4.2.2 Konsep AIDA.....	71
4.2.2.1 Attention.....	71
4.2.2.2 Interest.....	73
4.2.2.3 Desire.....	74
4.2.2.3 Action.....	77
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	79
4.3.1 Penerapan Komunikasi visual pada konten di media sosial Instagram yang efektif.....	80
4.3.2 Pendekatan AIDA dalam Menumbuhkan Kesadaran Gen Z pada Sektor pertanian.....	99
BAB V.....	107
KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	108
5.3 Saran dan Implikasi.....	109
5.3.1. Saran Teoritis.....	109
5.3.2. Saran Praktis.....	109
Lampiran 1.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Gen Z Tidak Tertarik Bidang Pertanian.....	13
Gambar 1. 2 Media Sosial yang sering digunakan gen Z.....	14
Gambar 1. 3 Akun Instagram @edufarmers.....	17
Gambar 4. 1 Logo Edufamers.....	54
Gambar 4.2 Alberic Eagan.....	56
Gambar 4.3 Daru Kartiko Aji.....	57
Gambar 4.4 Rifda ardedia azari.....	58
Gambar 4.5 Dina.....	59
Gambar 4. 6 Sulistyono.....	60
Gambar 4. 7 Konten Instagram Edufarmers.....	62
Gambar 4.8 Konten dengan Gaya Bahasa Gaul.....	67
Gambar 4. 9 Konten Info Loker Edufarmers.....	69
Gambar 4. 10 Konten dengan Topik Trending.....	75
Gambar 4.11 Postingan dengan ilustrasi kartun(kiri), meme(tengah), dan foto(kanan).....	83
Gambar 4.12 Konten Instagram Edufarmers.....	84
Gambar 4. 13 Konten Instagram Edufarmers.....	88
Gambar 4. 14 Konten Edukasi Pertanian Edufarmers.....	91
Gambar 4. 15 Konten Peluang Karir & Magang Pertanian.....	93
Gambar 4. 16 Konten Program & Aktivitas Edufarmers.....	96
Gambar 4. 17 Konten Tren dan Hiburan.....	98
Gambar 4.18 Konten dengan Gaya Bahasa Gen Z.....	101
Gambar 4.19 Konten dengan likes terbanyak.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	41
Tabel 3.1 Operasional Isu dan Atau Konsep.....	54