

**LAPORAN TUGAS AKHIR PEMBUATAN DESAIN VISUAL KONTEN  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TEMPO WORKONVEKSI UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2022**

**Disusun oleh:**

**Ahmad Arya Ardiansyah**

**NIM: 19033004**



**PROGRAM STUDI PERIKLANAN  
JURUSAN PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF  
JAKARTA  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir. : Pembuatan Desain Visual Konten Media Sosial Instagram  
Tempo Workonveksi Tahun 2022

Penulis : Ahmad Arya Ardiansyah

NIM : 19033004

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat , tanggal 15 Juli 2022

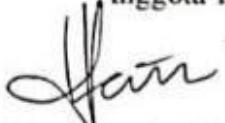
Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Zaenab, S.S., M.Si.

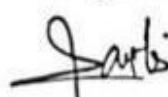
NIP 199211132019032025

Anggota 1



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB  
NIP

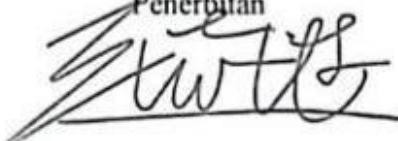
Anggota 2



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom  
NIP 198812222020122006

Mengetahui, Ketua Jurusan

Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.,  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Konten Media Sosial Instagram  
Tempo Workonveksi Tahun 2022

Penulis : Ahmad Arya Ardiansyah

NIM : 19033004

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2022.

Pembimbing 1



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 1988122220122006

Pembimbing 2



Rr. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0328027307

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS  
AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Arya Ardiansyah  
NIM : 19033004  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Pembuatan Desain Visual Konten Media Sosial Instagram Tempo Workonveksi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar- benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ahmad Arya Ardiansyah  
NIM. 19033004

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Arya Ardiansyah

NIM 19033004

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik 2019

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusiveRoyalty-FreeRight)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pembuatan Desain Visual Konten Media Sosial Instagram Tempo Workonveksi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ahmad Arya Ardiansyah

## **ABSTRAK**

Judul Tugas Akhir	: Pembuatan Desain Visual Konten Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Tempo Workonveksi Tahun 2022
Penulis	: Ahmad Arya Ardiansyah
Pembimbing 1	: Sartiika Ekadyasa, S.kom., M.I.Kom
Pembimbing 2	: Rr. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si.

As time goes by, the world of technological development is getting faster, technological advances also participate in supporting competition in the business world. Social media is one of the media on the internet that allows users to represent themselves and interact, work together, share. On this occasion Tempo Workonveksi utilizes social media to market its products, the social media used are Instagram and Facebook. In this final project the author will describe the work process of a Graphic Designer in making visual designs for Instagram social media content @tempo.workonveksi to increase *brand awareness*. The theory used is AIDA which can help in developing content. In the process of working on the design, the author provides the tools used or software, namely Adobe Photoshop in making visual designs. The author can create good concept ideas in visual form for Instagram content.

**Keywords:** **Social Media, Tempo Workonveksi, Graphic Designer**

Seiring berjalannya waktu dunia perkembangan teknologi semakin cepat, kemajuan teknologi pun turut serta dalam mendukung persaingan dalam dunia usaha. Media sosial adalah salah satu media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi. Pada kesempatan ini Tempo Workonveksi memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya, media sosial yang digunakan yaitu Instagram dan Facebook. Dalam karya tugas akhir ini penulis akan mendeskripsikan proses kerja *Graphic Designer* dalam membuat desain visual konten media sosial Instagram @tempo.workonveksi untuk meningkatkan *brand awareness*. Teori yang digunakan adalah AIDA yang dimana bisa membantu dalam mengembangkan konten. Dalam proses pengerjaan desain tersebut penulis memberikan alat-alat yang digunakan atau *software* yaitu *adobe photoshop* dalam membuat desain visual. Penulis dapat membuat ide konsep yang baik dalam bentuk visual untuk konten Instagram.

**Kata kunci:** **Media Sosial, Tempo Workonveksi, Desainer Grafis**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji serta syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya Tugas Akhir yang berjudul “**PEMBUATAN DESAIN VISUAL KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TEMPO WORKONVEKSI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2022**”

Tujuan penulisan karya Tugas Akhir ini untuk memenuhi sebagian prasyarat guna memperoleh gelar Diploma III pada program studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang ikut mendukung karya Tugas Akhir ini tidak akan dapat terwujud dengan baik. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
5. Sartika Ekadyasa, S.kom., M.I.Kom., Dosen Pembimbing I dalam penyusunan tugas akhir.
6. Rr. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si. Dosen Pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir.

7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa/i dalam menempuh pendidikan di sini.
8. Kepada seluruh tim Tempo Workonveksi yang telah membantu penulis untuk menghasilkan karya ilmiah.
9. Kepada Orang tua yang selalu support dalam proses pembuatan Tugas Akhir.
10. Kepada teman-teman periklanan 2019.
11. Kepada Angrefa Preciosa (Kepala Produksi Tempo Workonveksi) yang telah membantu penyusunan Tugas akhir ini.
12. Kepada Alya Amirah yang telah membantu dalam pembuatan tugas akhir ini.

Jakarta, 31 Juli 2022



Ahmad Arya Ardiansyah

NIM. 19033004

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGASAKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Penulisan.....	3
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II .....	5
TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Periklanan .....	5
1. Iklan .....	5
2. Tujuan Periklanan .....	5
3. Efektivitas Iklan .....	7
B. Desain Grafis.....	7
1. Pengertian Desain Grafis .....	7
2. Teori Tipografi.....	13
3. Proses Perancangan Desain Grafis.....	14
C. Media Sosial.....	16
1. Fungsi Media Sosial.....	17
2. Karakteristik Media Sosial.....	17
3. Jenis-jenis Media Sosial.....	18
4. Instagram.....	21
D. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) .....	26

E. Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	28
BAB III.....	33
METODE PELAKSANAAN.....	33
A. Data/Objek Penulisan.....	33
1. Profil Perusahaan.....	33
2. Divisi Perusahaan.....	34
3. Lokasi Perusahaan.....	36
4. Media Sosial.....	37
5. Visi dan Misi.....	38
6. Target Pasar .....	39
7. Layanan dan Produk.....	40
8. Klien Tempo Workonveksi.....	41
9. Teknik Pengumpulan Data .....	41
10. Ruang Lingkup .....	42
BAB IV.....	45
PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum.....	45
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
2. Gambaran Umum Pekerjaan .....	45
B. Alur Kerja Graphic Designer .....	47
1. Praproduksi .....	47
2. Produksi .....	49
3. Pascaproduksi .....	54
C. Analisis Alur Kerja AIDA .....	54
1. <i>Attention</i> (Perhatian) .....	55
2. <i>Interst</i> ( <i>Tertarik</i> ) .....	55
3. <i>Desire</i> ( <i>Keinginan</i> ). ....	56
4. <i>Action</i> ( <i>Tindakan</i> ) .....	57
D. Hasil Kerja .....	57
1. Tema Proses Produksi.....	58
2. Tema Katalog.....	58
3. Tema Audience.....	59
4. Tema Hari-hari Besar.....	61
E. Perbandingan Konten Lama dan Baru .....	62
1. Konten Lama.....	62
2. Konten Baru .....	63

F. Komparasi Praktik Dengan Teori .....	65
BAB V .....	67
PENUTUP .....	67
A. Simpulan .....	67
B. Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN .....	70
Lampiran 1.....	70
Lampiran 2.....	72
Lampiran 3.....	73
Lampiran 4.....	74
Lampiran 5.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Advertising Audience Overview .....	1
Gambar 1.2 Feeds Instagram Tempo Workonveksi.....	3
Gambar 2.1 Macam-Macam Garis.....	14
Gambar 2.2 Tentang Model AIDA .....	35
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	39
Gambar 3.1 Logo perusahaan .....	42
Gambar 3.2 Bagian-bagian perusahaan.....	42
Gambar 3.3 Alamat Perusahaan.....	44
Gambar 3.4 Instagram Tempo Workonveksi .....	45
Gambar 3.5 Contoh portofolio pakaian yang diproduksi .....	46
Gambar 4.11 Konten Instagram Tempo Workonveksi .....	62
Gambar 4.12 Konten Instagram Tempo Workonveksi .....	63
Gambar 4.13 Konten Instagram Tempo Workonveksi .....	64
Gambar 4.14 Desain Proses produksi .....	66
Gambar 4.15 Desain Konten katalog .....	66
Gambar 4.16 Desain Konten <i>Audience</i> .....	67
Gambar 4.17 Desain Konten <i>Audience</i> .....	67
Gambar 4.18 Desain Konten <i>Audience</i> .....	68
Gambar 4.19 Desain Konten <i>Audience</i> .....	68
Gambar 4.20 Desain Konten Hari-Hari Besar .....	69
Gambar 4.21 Desain Konten Hari-Hari Besar .....	69
Gambar 4.22 Desain konten feeds Instagram 12 januari 2022 .....	70
Gambar 4.23 Insight Instagram Tempo Workonveksi 12 Januari 2022.....	71
Gambar 4.24 Desain konten feeds instagram 22 maret 2022.....	71
Gambar 4.25 Insight Instagram Tempo Workonveksi 22 maret 2022.....	72