

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN DESAIN KONTEN KREATIF PADA
INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS KELAS BERSAMA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

BAGUS SULAEMAN

19033026

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIAKREATIF
JAKARTA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Kelas Bersama

Penulis : Bagus Sulaeman

NIM : 19033026

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada Senin, 18 Juli 2022.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Suratni, S.S.,M.Hum.

NIP. 198310242009122002

Penguji Ahli



Jefri Rahmadian, M.Kom

NIDN. 0328087601

Moderator

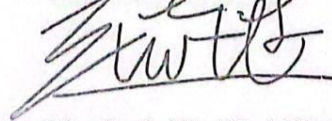


Drs. Sudrajat, MM.

NIP. 196012221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



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

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Kelas Bersama
Penulis : Bagus Sulaeman
NIM : 19033026
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta Senin 18 Juli 2022

Pembimbing I



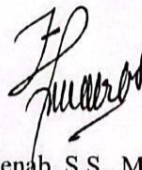
Drs. Sudrajat, MM.
NIP. 196012221982031003

Pembimbing II



Daniel Nugraha, S. M.Sn.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Sulaeman
NIM : 19033026
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Pembuatan Desain Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kelas Bersama” 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, 13 Juli 2022

Yang menyetujui,



Bagus Sulaeman

NIM. 19033026

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Bagus Sulaeman
NIM : 19033079
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

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

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 15 Juli 2022



Bagus Sulaeman
NIM. 19033026

ABSTRAK

The development of information and communication technology is currently running rapidly. Some things we can do easily without having to waste a lot of time. Starting from communication media, looking for information via the internet, even used to get various services. Currently, social media is the main choice in approaching consumers. Moreover, Indonesia has 73.3% or around 204.7 million people actively using the internet (Hootsuite, 2022). According to research from Hootsuite (2022), 370.1 million people in Indonesia already use smartphones. Meanwhile, 191.4 million are actively using social media. This phenomenon encourages companies to expand their marketing strategies by utilizing social media. This has created several new professional fields, such as Digital Marketing. In the Digital Marketing section there is also a Graphic Designer section who is responsible for creating visual content that is suitable for any media that you want to use for promotion, such as email, Google ads, Instagram ads. Therefore, the author has a goal to find out how to create creative content designs on Instagram Class Bersama to increase brand awareness.

Keywords: *Social Media, Instagram, Design, Brand Awareness*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berjalan semakin pesat. Beberapa hal yang dapat kita lakukan dengan mudah tanpa harus membuang banyak waktu. Mulai dari media komunikasi, mencari informasi lewat internet, bahkan digunakan untuk mendapatkan berbagai layanan. Saat ini media sosial menjadi pilihan utama dalam pendekatan kepada konsumen. Apalagi Indonesia sudah 73,3% atau sekitar 204,7jt penduduk aktif menggunakan internet (Hootsuite, 2022). Menurut penelitian dari Hootsuite (2022), 370,1 juta populasi di Indonesia sudah menggunakan *smartphone*. Sedangkan 191,4 juta yang aktif menggunakan media sosial. Fenomena ini mendorong perusahaan untuk memperluas strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini telah menciptakan beberapa bidang profesional baru, seperti Digital Marketing. Di bagian *Digital Marketing* juga ada bagian *Graphic Designer* yang bertanggung jawab untuk membuat konten visual yang cocok untuk setiap media yang ingin digunakan untuk promosi, seperti email, iklan Google, iklan Instagram. Maka dari itu penulis memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana tata cara pembuatan desain konten kreatif pada Instagram Kelas Bersama guna meningkatkan *brand awareness*.

Kata kunci: *Media Sosial, Instagram, Desain, Brand Awareness*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat serta hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan tugas akhir untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam tugas akhir, penulis berperan sebagai *Graphic Designer* yang telah melakukan pembuatan desain konten kreatif pada Instagram Kelas Bersama. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Pembuatan Desain Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Kelas Bersama”.

Tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum. Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bapak Pahala Basuki selaku *Managing Director* dari Brandinc yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di BrandInc.
7. Bapak Novaldy Prawhesmara, selaku *Managing Partner* Brandinc yang menjadi Pembimbing Perusahaan di Brandinc.
8. Drs. Sudrajat, M.M. selaku Pembimbing 1 dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
9. Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn. selaku Pembimbing 2 dalam penyusunan laporan tugas akhir.

10. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Orang Tua yang senantiasa memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
12. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama selama tiga tahun.
13. Keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas, dan doa selama penulis mengerjakan Tugas Akhir ini.
14. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat.

Tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 18 Juli 2022

Penulis,



69D1CAJX977883180
Bagus Sulaeman
NIM. 19033026

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan	7
F. Manfaat Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Komunikasi	9
B. Bidang Periklanan	10
C. Desain Grafis.....	10
1. Proses Perancangan Desain	11
2. Prinsip Desain	13
3. Desain <i>Brief</i>	14
4. Referensi Desain	15
5. <i>Asset Microstock</i>	15
6. Tools Desain	16
D. Bidang Kreatif.....	17
E. Media Sosial Instagram	17
F. Kerangka Prinsip Desain Visual	19
G. <i>Brand Awareness</i>	21

BAB III	25
METODE PELAKSANAAN	25
A. Identitas Perusahaan	25
1. Arti Logo.....	25
2. Sejarah Perusahaan	25
3. Visi dan Misi Perusahaan	25
4. Lokasi Perusahaan.....	26
5. Layanan Perusahaan	26
6. Produk.....	28
7. Struktur Perusahaan.....	30
B. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Studi Pustaka.....	31
2. Netnografi	31
C. Ruang Lingkup.....	31
1. Peran Penulis Pada Perusahaan Brandinc	31
2. Waktu dan Kegiatan Praktik Industri.....	32
3. Jenis Pekerjaan yang Dihasilkan	32
4. Ide Kreatif	35
5. Langkah Kerja.....	36
6. <i>Timeline</i>	41
7. <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	41
BAB IV	43
PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum.....	43
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	43
C. Alur Kerja <i>Graphic Designer</i>	43
D. Analisis Penulis.....	51
E. Hasil Pekerjaan.....	54
F. Komparasi Praktik dengan Teori <i>Framework</i>	58
G. <i>Brand Awareness</i> Kelas Bersama	60
H. Kompetitor	62
I. Analisis <i>Insight</i> Kelas Bersama.....	63
BAB V	68

PENUTUP	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN 1	xii
LAMPIRAN 2	xiii
LAMPIRAN 3	xiv
LAMPIRAN 4	xv
LAMPIRAN 5	xvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial.....	4
Gambar 3 Data Alasan Utama Menggunakan Media Sosial	4
Gambar 4 Kerangka Prinsip Desain Visual.....	19
Gambar 5 Tingkatan ke 2 Krangka Prinsip Desain Visual.....	20
Gambar 6 Tingkatan ke 3 Krangka Prinsip Desain Visual.....	20
Gambar 7 Tingkatan ke 4 Krangka Prinsip Desain Visual.....	21
Gambar 8 Piramida <i>Brand</i>	22
Gambar 9 Teori AIDA Desain Visual (AIDA MODEL)	24
Gambar 10 Logo Brandinc	25
Gambar 11 Logo Kelas Bersama	28
Gambar 12 Profile Instagram Kelas Bersama	29
Gambar 13 Struktur Organisasi Brandinc	30
Gambar 14 Desain <i>Feeds</i> Instagram Kelas Bersama	33
Gambar 15 Bumper Webinar Kelas Bersama	34
Gambar 16 Transisi Video Webinar Kelas Bersama.....	34
Gambar 17 <i>Template Story/Reals</i> Instagram Kelas Bersama.....	35
Gambar 18 <i>Guideline</i> Kelas Bersama	36
Gambar 19 Langkah Kerja <i>Graphic Designer</i>	37
Gambar 20 Pra Produksi/Persiapan.....	38
Gambar 21 Proses Konten <i>Brief</i>	38
Gambar 22 Produksi/Pelaksanaan	39
Gambar 23 Proses Pembuatan Desain <i>Call To Action</i>	39
Gambar 24 Pasca Produksi/Evaluasi	40
Gambar 25 Proses <i>Upload To Google Drive</i>	40
Gambar 26 Langkah Kerja <i>Graphic Designer</i>	44
Gambar 27 Proses Konten <i>Brief</i>	45
Gambar 28 Tampilan Pinterest Proses Mencari Refrensi.....	45
Gambar 29 Tampilan Shutterstock Proses Mencari Refrensi.....	46
Gambar 30 Pembuatan <i>Feed Opening</i> Kelas Bersama	47
Gambar 31 Pembuatan <i>Feed Opening</i> Kelas Bersama	48
Gambar 32 Visual <i>Guideline</i> Kelas Bersama.....	48
Gambar 33 Alternatif <i>Feed Opening</i> Kelas Bersama.....	49
Gambar 34 Proses <i>Preview</i> dan <i>Approval</i>	50
Gambar 35 Proses <i>Upload Final Artwork</i>	51
Gambar 36 Hasil Pekerjaan <i>Opening Feed</i> Kelas Bersama	54
Gambar 37 Hasil Pekerjaan <i>Template Story/Reals</i> Instagram	55
Gambar 38 Hasil Pekerjaan <i>Template Story/Reals</i> Instagram	55
Gambar 39 Hasil Pekerjaan <i>Feed</i> Kelas Bersama.....	56

Gambar 40 Hasil Pekerjaan <i>Feed</i> Kelas Bersama.....	57
Gambar 41 Data Kompetitor Berdasarkan Jumlah Pengikut	62
Gambar 42 Perbandingan Desain Kelas Inspirasi dan Kelas Bersama	63
Gambar 43 <i>Insight</i> Instagram Kelas Bersama.....	63
Gambar 44 <i>Insight</i> Instagram Kelas Bersama.....	64
Gambar 45 <i>Insight</i> Instagram Kelas Bersama.....	65
Gambar 46 <i>Insight</i> Instagram Kelas Bersama.....	65
Gambar 47 <i>Insight</i> Instagram Kelas Bersama.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Timeline</i> Pekerjaan	41
Tabel 2 <i>Key Performance Indicator</i>	42
Tabel 3 Desain Konten Kelas Bersama	52
Tabel 4 Desain Konten Kelas Bersama	53
Tabel 5 Komparasi Praktik dengan Teori	59
Tabel 6 Komparasi Praktik dengan Teori	60