

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERAN GRAPHIC DESIGNER DALAM KONTEN INSTAGRAM**  
**@MUKURACERAMICS**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya  
Diploma Tiga (D3) Program Studi Periklanan



**Oleh :**

**DEHAN FIORE JANNAH HENDRO**

**NIM : 20330048**

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

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran *Graphic designer* Dalam Konten Instagram  
@mukuraceramics

Penulis : Dehan Fiore Jannah Hendro

NIM : 20330048

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa, 1 Agustus 2023.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Ingrid Veronica K. S.S.M.Pd

NIDN. 022027006

Anggota 1



Drs. Hilwan Arif  
NUPM. 99030050083

Anggota 2



Hawa Asma Ul Husna, M.Hum  
NIP. 199110242019032027

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran *Graphic designer* Dalam Konten Instagram  
@mukuraceramics

Penulis : Dehan Fiore Jannah Hendro

NIM : 20330048

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditanda tangani di Jakarta, pada hari Kamis, 20 Juli 2023.

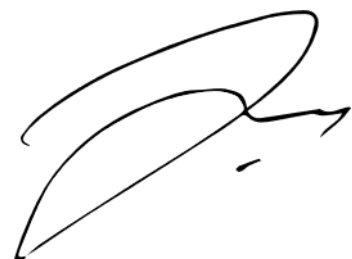
Pembimbing 1



Hawa Asma Ul Husna, M.Hum

NIP. 199110242019032027

Pembimbing 2



Jefri Rahmadian, M.Kom.

NIDN. 0328087601

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



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

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

Yang beratanda tangan di bawah ini :

Nama : Dehan Fiore Jannah Hendro  
NIM : 20330048  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Peran *Graphic designer* Dalam Konten Instagram @Mukuraceramics” 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, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Dehan Fiore Jannah  
Hendro  
NIM. 20330048

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Dehan Fiore Jannah Hendro  
NIM : 20330048  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusiveRoyalty-FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Peran *Graphic designer* Dalam Konten Instagram @Mukuraceramics" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Dehan Fiore Jannah  
Hendro  
NIM. 20330048

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Peran *Graphic designer* Dalam Konten Instagram  
@mukuraceramics

Penulis : Dehan Fiore Jannah Hendro

Pembimbing 1 : Hawa Asma Ul Husna

Pembimbing 2 : Jefri Rahmadian, M.Kom

*Healthy homes have become a housing trend after the Covid-19 pandemic. Some people are starting to change the concept of their existing homes into healthy homes, one way is by planting plants around their yards or planting plants in pots. In this case, as one of the roster producers in Indonesia, Mukura Ceramics introduces its products through Instagram social media. In introducing its products, Mukura Ceramics requires the role of a graphic designer to create visual designs for interesting Instagram content to increase brand awareness for the company. The purpose of this writing is to create creative content on Instagram @mukuraceramics that is attractive to the audience to increase brand awareness. This writing uses the AIDA method, design principles, and data collection techniques through observation, interviews and literature review to online searches. The results of this writing are that interesting, informative and creative visual content can increase brand awareness in society.*

**Keywords:** *Instagram, Brand Awareness, Graphic Designer, Digital Imaging*

Rumah sehat menjadi tren perumahan setelah pandemi Covid-19. Sebagian masyarakat mulai mengubah konsep rumah yang ada menjadi rumah sehat, salah satu caranya dengan menanam tanaman di sekitar pekarangan maupun menanam tanaman di dalam pot. Dalam hal ini sebagai salah satu produsen roster di Indonesia Mukura Ceramics memperkenalkan produknya melalui media sosial instagram. Dalam memperkenalkan produknya Mukura Ceramics memerlukan peran *graphic designer* untuk membuat desain *visual* pada konten instagram yang menarik guna meningkatkan *brand awareness* terhadap perusahaan. Tujuan penulisan ini adalah pembuatan konten kreatif pada instagram @mukuraceramics yang menarik bagi *audience* untuk meningkatkan *brand awarenes*. Penulisan ini menggunakan metode AIDA, prinsip desain, dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kajian pustaka sampai penelusuran online. Hasil penulisan ini bahwa konten *visual* yang menarik, informatif dan kreatif, dapat meningkatkan *brand awareness* di masyarakat.

**Kata kunci:** *Instagram, Brand Awareness, Mukura Ceramics, Media, Konten*

## PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kesabaran, kesempatan dan kekuatan dalam menyelesaikan Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir dengan baik dan lancar. Laporan ini berisikan pengalaman penulis selama 4 bulan sebagai Graphic Designer di Mukura Ceramics.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak dan orang-orang terdekat penulis, yang telah memberi bimbingan, bantuan dan dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
3. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
4. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
5. Vonny Tandiono selaku kepala HRD Mukura Ceramics yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Mukura Ceramics.
6. Nadine Evangelista dan Stevia Angesty selaku pembimbing perusahaan di Mukura Ceramics.
7. Ms Hawa dan Pak Jefri selaku Pembimbing Akademis penyusunan Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir ini.
8. Ayah, Mama, Eyang Uti dan Tante yang selalu support dalam menyelesaikan Laporan Praktik Industri.
9. Abizar Gifari yang selalu support dan menemani dalam menyelesaikan Laporan Praktik Industri.
10. Firel, Abel, Sekar dan Bina yang selalu membantu selama magang dan menyusun Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir ini
11. Teman-teman seangkatan prodi periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun ini.

Semoga Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Jakarta, 20 April  
2023

Penyusun

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dehan', with a stylized flourish at the end.

Dehan Fiore Jannah  
Hendro



## DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR PERAN GRAPHIC DESIGNER DALAM KONTEN INSTAGRAM @MUKURACERAMICS .....	I
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	II
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	III
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....	IV
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	V
ABSTRAK.....	VI
PRAKATA .....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR .....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>A. LATAR BELAKANG .....</b>	<b>1</b>
<b>B. IDENTIFIKASI MASALAH.....</b>	<b>5</b>
<b>C. BATASAN MASALAH.....</b>	<b>5</b>
<b>D. RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>5</b>
<b>E. TUJUAN PENULISAN.....</b>	<b>6</b>
<b>F. MANFAAT PENULISAN.....</b>	<b>6</b>
1. <i>Manfaat Akademis</i> .....	6
2. <i>Manfaat Praktis</i> .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
<b>A. KOMUNIKASI.....</b>	<b>7</b>
1. DEFINISI KOMUNIKASI.....	7
2. TUJUAN KOMUNIKASI.....	8
3. FUNGSI KOMUNIKASI.....	8
a. <i>Kendali</i> .....	8
b. <i>Motivasi</i> .....	9
c. <i>Pengungkapan Emosional</i> .....	9
d. <i>Informasi</i> .....	9
e. <i>Menghibur</i> .....	9
f. <i>Memengaruhi</i> .....	10
4. ELEMEN KOMUNIKASI .....	10
a. <i>People</i> .....	10
b. <i>Message</i> .....	10
c. <i>Channel</i> .....	10
d. <i>Noise</i> .....	11
e. <i>Context</i> .....	11
f. <i>Feedback</i> .....	11
g. <i>Effect</i> .....	11
<b>B. PERIKLANAN .....</b>	<b>11</b>
1. DEFINISI PERIKLANAN .....	12
2. FUNGSI <i>DIGITAL ADVERTISING</i> .....	12

3.	JENIS-JENIS <i>DIGITAL ADVERTISING</i> .....	12
a.	<i>Display Ads</i> .....	12
b.	<i>Native Ads</i> .....	13
c.	<i>Remarketing</i> .....	13
d.	<i>Social Media Ads</i> .....	13
e.	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i> .....	14
f.	<i>Video Ads</i> .....	14
<b>C.</b>	<b>MEDIA SOSIAL</b> .....	<b>14</b>
1.	DEFINISI MEDIA SOSIAL .....	14
2.	JENIS-JENIS MEDIA SOSIAL.....	15
a.	<i>Layanan Blog</i> .....	15
b.	<i>Layanan Jejaring Sosial (Social Network)</i> .....	15
c.	<i>Layanan Blog Mikro (Microblogging)</i> .....	16
d.	<i>Layanan Berbagi Media (Media Sharing)</i> .....	16
e.	<i>Layanan Forum</i> .....	16
f.	<i>Layanan Kolaborasi</i> .....	17
<b>D.</b>	<b>INSTAGRAM</b> .....	<b>17</b>
1.	DEFINISI INSTAGRAM .....	17
2.	KARAKTERISTIK INSTAGRAM.....	18
<b>E.</b>	<b>AIDA</b> .....	<b>18</b>
1.	DEFINISI AIDA .....	18
2.	TUJUAN AIDA.....	19
a.	<i>Menarik Perhatian</i> .....	19
b.	<i>Membangun Minat</i> .....	19
c.	<i>Membangun Keinginan</i> .....	20
d.	<i>Mendorong Tindakan</i> .....	20
3.	KEUNTUNGAN AIDA .....	21
a.	<i>Meningkatkan Kesadaran Merek</i> .....	21
b.	<i>Memperkuat Keterlibatan Konsumen</i> .....	21
c.	<i>Menciptakan Keinginan yang Kuat</i> .....	21
d.	<i>Mendorong Tindakan Pembelian</i> .....	22
<b>F.</b>	<b>DESAIN</b> .....	<b>22</b>
1.	DEFINISI DESAIN.....	22
2.	FUNGSI DESAIN.....	23
3.	TUJUAN DESAIN.....	24
4.	PRINSIP-PRINSIP DESAIN.....	24
A.	<i>KESEIMBANGAN (BALANCE)</i> .....	24
B.	<i>KESATUAN (UNITY)</i> .....	25
C.	<i>RITME (RHYTHM)</i> .....	25
D.	<i>PENEKANAN (EMPHASIS)</i> .....	25
E.	<i>PROPORSI (PROPORTION)</i> .....	25
<b>G.</b>	<b>DESAIN GRAFIS</b> .....	<b>26</b>
1.	DEFINISI DESAIN GRAFIS .....	26
2.	PRINSIP DESAIN GRAFIS .....	26
<b>H.</b>	<b>KONTEN</b> .....	<b>29</b>
<b>I.</b>	<b>KONTEN KREATIF</b> .....	<b>29</b>

1.	JENIS-JENIS KONTEN KREATIF.....	29
1.	<i>Konten Edukasi</i> .....	29
2.	<i>Konten Informatif</i> .....	30
3.	<i>Konten Review</i> .....	30
4.	<i>Konten interaksi</i> .....	30
5.	<i>Status/Tweet/Kutipan</i> .....	30
6.	<i>Artikel (Blog)</i> .....	31
7.	<i>Foto</i> .....	31
8.	<i>Infografik</i> .....	31
9.	<i>Video/Vlog</i> .....	31
10.	<i>Podcast</i> .....	32
11.	<i>Live Streaming</i> .....	32
	<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>33</b>
<b>A.</b>	<b>DATA/OBJEK PENULISAN</b> .....	<b>33</b>
A.	TENTANG PERUSAHAAN.....	33
B.	LOKASI PERUSAHAAN.....	34
C.	STRUKTUR PERUSAHAAN.....	35
D.	VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	35
<b>B.</b>	<b>TEKNIK PENGUMPULAN DATA</b> .....	<b>36</b>
A.	OBSERVASI.....	36
B.	STUDI PUSTAKAN.....	36
C.	PENELUSURAN INFORMASI.....	37
<b>C.</b>	<b>RUANG LINGKUP</b> .....	<b>37</b>
1.	PERAN PENULIS.....	37
2.	WAKTU Pengerjaan.....	38
3.	KATEGORI KARYA.....	38
4.	IDE KREATIF.....	39
<b>D.</b>	<b>FLOW OF WORK</b> .....	<b>40</b>
A.	PRA PRODUKSI.....	40
B.	PRODUKSI.....	41
C.	PASCA PRODUKSI.....	41
	<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
<b>A.</b>	<b>GAMBARAN UMUM</b> .....	<b>42</b>
1.	GAMBARAN UMUM PEKERJAAN.....	42
2.	ANALISIS SITUASI KERJA.....	42
a.	<i>Analisis konten Instagram Mukura Ceramics Sebelum di Tangani oleh penulis</i> .....	43
b.	<i>Analisis Instagram Mukura Ceramics sesudah di tangani oleh penulis</i> .....	44
<b>B.</b>	<b>FLOW OF JOB</b> .....	<b>44</b>
1.	PRA PRODUKSI.....	45
2.	PRODUKSI.....	45
3.	PASCA PRODUKSI.....	46
<b>A.</b>	<b>ANALISIS ALUR KERJA AIDA</b> .....	<b>46</b>
1.	<i>ATTENTION (PERHATIAN)</i> .....	47
2.	<i>INTEREST (KETERTARIKAN)</i> .....	49
3.	<i>DESIRE (KEINGINAN)</i> .....	50

4.	TINDAKAN ( <i>ACTION</i> ) .....	51
<b>B.</b>	<b>ANALISIS ALUR KERJA PRINSIP DESAIN</b> .....	<b>52</b>
1.	KESEIMBANGAN ( <i>BALANCE</i> ).....	52
2.	KESATUAN.....	53
3.	RITME ( <i>RHYTHM</i> ) .....	54
4.	PENEKANAN ( <i>EMPHASIS</i> ).....	55
5.	PROPORSI ( <i>PROPORTION</i> ) .....	55
<b>C.</b>	<b>HASIL PEKERJAAN</b> .....	<b>56</b>
1.	KONTEN PRODUK.....	57
2.	KONTEN INFORMASI .....	58
3.	HARI PENTING .....	59
4.	FAQ .....	60
<b>D.</b>	<b>KOMPARASI TEORI DAN PAKTIK</b> .....	<b>61</b>
	BAB V PENUTUP.....	63
<b>C.</b>	<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>63</b>
<b>D.</b>	<b>SARAN</b> .....	<b>63</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>65</b>
	LAMPIRAN .....	69
<b>A.</b>	<b>BIODATA PENULIS</b> .....	<b>69</b>
<b>B.</b>	<b>DOKUMENTASI BIMBINGAN</b> .....	<b>70</b>
<b>C.</b>	<b>LEMBAR BIMBINGAN PENULIS DENGAN PEMBIMBING I</b> .....	<b>71</b>
<b>D.</b>	<b>LEMBAR BIMBINGAN PENULIS DENGAN PEMBIMBING II</b> .....	<b>72</b>
<b>E.</b>	<b>LEMBAR SERTIFIKAT MAGANG</b> .....	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Tren Pengguna Internet dan media sosial di Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 2 Platform Media Sosial yang Di gunakan di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 3 Logo Mukura Ceramics.....	33
Gambar 4 Maps Lokasi Perusahaan.....	34
Gambar 5 Struktur Perusahaan Mukura Ceramics.....	35
Gambar 6 Langkah Kerja Divisi Digital Marketing .....	40
Gambar 7 Alur Pekerjaan.....	44
Gambar 10 Pembuatan Digital Imaging.....	45
Gambar 11 Pembuatan Konten Microblogging .....	46
Gambar 13 Konten Instagram .....	48
Gambar 14 Laporan Insight Konten.....	48
Gambar 15 Konten Instagram Mushola Minimalis.....	49
Gambar 16 Laporan Insight Konten.....	50
Gambar 17 Konten Instagram Mukura Byond.....	50
Gambar 18 Laporan Insight Konten.....	51
Gambar 19 Komentar Instagram.....	52
Gambar 20 Konten Instagram Keseimbangan .....	53
Gambar 21 Konten Instagram .....	54
Gambar 22 Konten Instagram .....	54
Gambar 23 Konten Instagram Penekanan.....	55
Gambar 24 Konten Instagram .....	56
Gambar 25 Konten Produk.....	57
Gambar 26 Konten informasi.....	59
Gambar 27 Konten Hari Penting.....	59
Gambar 28 Konten FAQ .....	60
Gambar 29 Konten Story .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Peta Okupasi .....	62
----------------------------	----