

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PENGEMBANGAN DESAIN KONTEN SOSIAL MEDIA PT  
ATA BISMA LOGISTIK DI INSTAGRAM GUNA  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk

Memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh

**LYVIA MAWADDAH PUTRISYALEH**

**19033067**

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

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Desain Konten Sosial Media PT Ata Bisma Logistik Di Instagram Guna Meningkatkan Brand awareness  
Penulis : Lyvia Mawaddah Putrisyaleh  
NIM : 19033067  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa , tanggal 26 Juli 2022

Disahkan oleh.

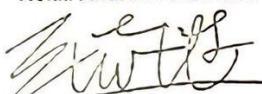
Ketua Penguji.

Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom  
NIP 199005232019031012

Penguji  
  
Muhammad Nur

Moderator  
  
Zaenab, SS., M.Si.  
NIP 199211132019032025

Mengetahui.  
Ketua Jurusan Penerbitan

  
Dr Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.,  
NIP. 197508072009121

## **LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Desain Konten Sosial Media PT. Ata Bisma Logistik Di Instagram Guna Meningkatkan Brand Awareness.

Pemulis : Lyvia Mawaddah Putrisyaleh

NIM : 19033067

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani Jumat 8 Juli 2022 di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Pembimbing 1



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

Pembimbing 2



Ratih Gusdwi Pratiwy, S.Si

NIP.

**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 : Lyvia Mawaddah Putrisyaleh  
NIM : 19033067  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Pengembangan Desain Konten Media Sosial PT Ata Bisma Logistik Di Instagram Guna Meningkatkan Brand Awareness” 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 sebenarnya.

Jakarta ,8 juli 2022

Yang menyatakan,



Lyvia Mawaddah Putrisyaleh

NIM. 19033067

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lyvia Mawaddah Putrisyaleh

NIM : 19033067

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul **"Pengembangan Desain Konten Media Sosial PT Ata Bisma Logistik Di Instagram Guna Meningkatkan Brand Awareness"** 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 sebenarnya.

Jakarta ,8 juli 2022

Yang menyatakan,



Lyvia Mawaddah Putrisyaleh

NIM. 19033067

## **ABSTRAK**

|                   |  |
|-------------------|--|
| Judul Tugas Akhir | : Pengembangan Desain Konten PT Ata Bisma Logistik Guna Meningkatkan Brand Awareness |
| Penulis           | : Lyvia Mawaddah Putrisyaleh   |
| Pembimbing I      | : Zaenab, S.S., M.Si   |
| Pembimbing II     | : Ratih Gusdwi Pratiwy, S.Si   |

*The development of internet use in Indonesia is increasing rapidly, with the number of active social media users reaching 204.7 million in 2022, making Indonesia the 4th largest user country in the world. The rapid development of digital technology has led to changes in the behavior of Indonesian people in communicating, seeking information and doing business. PT. Ata Bisma Logistik is a service company to assist the process of exporting and importing since 2019. To reach more audiences, and strengthen brand presence on Instagram, PT. Ata Bisma Logistik has been actively running content since 2021. The aim of the research is to utilize social media to market its services. In this final project the author will describe the role and work process of a Graphic Designer in creating social media content for PT Ata Bisma Logistik.*

**Keywords:** *social media, Brandawareness, Graphic designer*

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia meningkat pesat, dengan jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 204.7 juta di tahun 2022 yang menjadikan Indonesia sebagai negara pengguna ke 4 terbesar di dunia. Perkembangan teknologi digital yang pesat ini menyebabkan adanya perubahan perilaku masyarakat Indonesia dalam berkomunikasi, mencari informasi dan melakukan sebuah usaha. PT. Ata Bisma Logistik merupakan perusahaan jasa pelayanan untuk membantu proses dalam melakukan ekspor dan impor sejak tahun 2019. Untuk menjangkau lebih banyak audiens, dan menguatkan *brand awareness* di Instagram, PT. Ata Bisma Logistik mulai aktif menjalankan konten sejak tahun 2021. Tujuan Penelitian adalah untuk memanfaatkan media social untuk memasarkan jasa yang dimiliki. Dalam karya tugas akhir ini penulis akan mendeskripsikan peran dan proses kerja Graphic Designer dalam membuat konten media social PT Ata Bisma Logistik.

**Keywords:** *Media Sosial, Brandawareness, Desainer Grafis*

## **PRAKATA**

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Industri ini dengan baik. Tujuan penulis tugas akhir ini adalah memenuhi salah satu syarat bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Program studi periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Graphic Designer* yang telah melakukan mengelola konten visual media social PT Ata Bisma Logistik. Berdasarkan karya tersebut, penulis Menyusun laporan TA berjudul “Pengembangan Desain Konten Sosial Media PT Ata Bisma Logistik Di Instagram Guna Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”.

Penulisan Laporan Praktik Industri ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

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.M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M. Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M. Si, Koordinator Program Studi Periklanan, Sebagai Pembimbing I
6. Ratih Gusdwi Pratiwy, S. Si, Pembimbing II
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
8. Terimakasih untuk Wirawan Aditya, Gita Ayuningtyas selaku *director* dan *supervisor* yang sudah menerima dan mengajarkan penulis dalam Praktik Industri.

9. Untuk kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Baik.
10. Terimakasih Muhammad Daffa Yudistrian sudah menjadi *support system*, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir dengan tepat waktu.
11. . Untuk diri sendiri yang sudah bersabar dan berjuang sampai saat ini.

Dengan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 8 juli 2022



Lyvia Mawaddah Putrisyaleh

NIM. 19033067

## DAFTAR ISI

|   |                              |
|---|------------------------------|
| LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR .....                                      | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....                                     | ii                           |
| LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME..... | iv                           |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                                  | v                            |
| ABSTRAK.....  | vi                           |
| PRAKATA.....  | vii                          |
| DAFTAR ISI.....   | ix                           |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii                          |
| DAFTAR TABLE.....   | xiii                         |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiv                          |
| BAB I .....   | 1                            |
| PENDAHULUAN .....   | 1                            |
| A. Latar Belakang.....  | 1                            |
| B. Identifikasi Masalah .....   | 2                            |
| C. Batasan Masalah .....  | 2                            |
| D. Rumusan Masalah .....  | 3                            |
| E. Tujuan Penulisan .....   | 3                            |
| F. Manfaat Penulisan .....  | 3                            |
| BAB II.....   | 4                            |
| TINJAUAN PUSTAKA .....  | 4                            |
| A. Brand Awareness .....  | 4                            |
| 1. Definisi Brand Awareness.....  | 4                            |
| 2. Indikator Kesadaran Merek .....  | 4                            |
| 3. Tingkat Kesadaran Merek .....  | 5                            |
| B. Digital Marketing.....   | 7                            |
| C. Media Sosial.....  | 8                            |
| 1. Definisi Media Sosial .....  | 8                            |
| 2. Jenis-jenis Sosial Media .....   | 9                            |
| D. Graphic Design.....  | 11                           |
| 1. Definisi Graphic Design.....   | 11                           |
| 2. Peran Graphic Designer .....   | 12                           |
| 3. Prinsip Desain .....   | 13                           |

|   |           |
|---|-----------|
| 4. Proses perancangan Desain Grafis ..... | 14        |
| 5. Graphic Design Output.....             | 15        |
| 6. Pengukuran Performance .....           | 17        |
| BAB III .....                             | 19        |
| METODE PELAKSANAAN .....                  | 19        |
| <b>A. Data Perusahaan .....</b>           | <b>19</b> |
| 1. Profil Perusahaan.....                 | 19        |
| 2. Lokasi dan Alamat Perusahaan .....     | 19        |
| 3. Visi dan Misi Perusahaan.....          | 20        |
| 4. Logo Perusahaan .....                  | 20        |
| 5. Layanan Perusahaan.....                | 21        |
| 6. Struktur Organisasi.....               | 21        |
| <b>B. Teknik Pengumpulan Data .....</b>   | <b>22</b> |
| 1. Observasi.....                         | 22        |
| 2. Wawancara.....                         | 22        |
| 3. Studi Pustaka .....                    | 22        |
| <b>C. Ruang Lingkup.....</b>              | <b>22</b> |
| 1. Peran Penulis .....                    | 22        |
| 2. Kategori Karya .....                   | 23        |
| 3. Ide Kreatif .....                      | 23        |
| <b>D. Langkah Kerja .....</b>             | <b>23</b> |
| 1. Praproduksi/persiapan .....            | 24        |
| 2. Produksi/Pelaksanaan.....              | 24        |
| 3. Pasca Produksi.....                    | 24        |
| BAB IV .....                              | 25        |
| PEMBAHASAN .....                          | 25        |
| <b>A. Peran Graphic Design.....</b>       | <b>25</b> |
| <b>B. Alur Pekerjaan .....</b>            | <b>25</b> |
| 1. Praproduksi.....                       | 25        |
| 2. Produksi.....                          | 26        |
| <b>C. Hasil Kerja.....</b>                | <b>34</b> |
| 1. Konten Visual Instagram Feed .....     | 35        |
| 2. Tema Informasi .....                   | 35        |
| 3. Tema Edukasi .....                     | 36        |
| 4. Tema Promosi .....                     | 37        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5. Tema Jumat Berkah.....                              | 37        |
| 6. Konten Instagram Reels .....                        | 38        |
| <b>D. Analisis Konten .....</b>                        | <b>39</b> |
| 1. Analisa Perusahaan Dan Konten .....                 | 39        |
| 2. Analisis Konten <i>Static</i> .....                 | 41        |
| 3. Analisis Konten Gambar Bergerak/ <i>Reels</i> ..... | 42        |
| <b>E. Komparasi Teori dan Praktik.....</b>             | <b>44</b> |
| BAB V .....  | 46        |
| PENUTUP.....   | 46        |
| A. Simpulan .....                                      | 46        |
| B. Saran .....   | 46        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                   | 48        |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Tingkatan Brand Awareness .....                    | 6  |
| Gambar 2. Feeds Instagram .....                              | 15 |
| Gambar 3. Konten Instagram Stories .....                     | 16 |
| Gambar 4. Konten Reels Instagram .....                       | 16 |
| Gambar 5. Profile Picture Instagram.....                     | 17 |
| Gambar 6. Logo Perusahaan .....                              | 20 |
| Gambar 7. Struktur Organisasi Perusahaan.....                | 21 |
| Gambar 8. Langkah Pekerjaan.....                             | 24 |
| Gambar 9. Aplikasi pembuatan konten.....                     | 27 |
| Gambar 10. Layout Desain feed Instagram .....                | 27 |
| Gambar 11. Layout desain menggunakan photoshop .....         | 27 |
| Gambar 12. Kode Warna .....                                  | 28 |
| Gambar 13. Proses Awal Pekerjaan Canva.....                  | 29 |
| Gambar 14. Proses awal penggerjaan photoshop.....            | 29 |
| Gambar 15. Background Desain Canva .....                     | 30 |
| Gambar 16. Background Desain Photoshop .....                 | 30 |
| Gambar 17. Penambahan warna background desain canva .....    | 30 |
| Gambar 18. Penambahan Gradient di Photoshop .....            | 31 |
| Gambar 19. Desain Akhir Feed Instargram .....                | 31 |
| Gambar 20. Finish desain di photoshop .....                  | 31 |
| Gambar 21. Desain Upload.....                                | 32 |
| Gambar 22. Desain Upload.....                                | 32 |
| Gambar 23. Report Insight Instagram.....                     | 33 |
| Gambar 24. Pengelolaan Trello .....                          | 34 |
| Gambar 25. Tema Konten Instagram.....                        | 35 |
| Gambar 26. Konten Instagram Tema Informasi .....             | 35 |
| Gambar 27. Konten Instagram Tema Edukasi .....               | 36 |
| Gambar 28. Konten Tema Promosi.....                          | 37 |
| Gambar 29. Konten Instagram Tema Jumat Berkah.....           | 37 |
| Gambar 30. Konten Instagram Reels .....                      | 38 |
| Gambar 31. Langkah Pembuatan Konten Video <i>Reels</i> ..... | 38 |
| Gambar 32. Surat Keterangan Magang.....                      | 56 |
| Gambar 33. Seminar Proposal Tugas Akhir .....                | 57 |
| Gambar 34. Konten Feed Instagram PT Ata Bisma Logistik ..... | 58 |
| Gambar 35. Dokumentasi Kegiatan Tugas Akhir .....            | 59 |

## **DAFTAR TABLE**

|   |    |
|---|----|
| Table 1. Table Font.....                                  | 28 |
| Tabel 2. Analisa Perusahaan dan Konten.....               | 39 |
| Tabel 3. Analisa Konten Static .....                      | 41 |
| Tabel 4. Analisa Gambar Bergerak/Reels.....               | 42 |
| Table 5. Table Komparasi Teori dan Praktik Langsung ..... | 44 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| <u>Lampiran 1</u> ..... | 50 |
| <u>Lampiran 2</u> ..... | 51 |
| <u>Lampiran 3</u> ..... | 53 |
| <u>Lampiran 4</u> ..... | 55 |
| <u>Lampiran 5</u> ..... | 56 |
| <u>Lampiran 6</u> ..... | 57 |
| <u>Lampiran 7</u> ..... | 58 |