

LAPORAN TUGAS AKHIR
DAMPAK DESAIN VISUAL TERHADAP *ENGAGEMENT*
INSTAGRAM PESANMINUM

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh
NOVEL
NIM : 19033090

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA
KREATIF JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Dampak Desain Visual Terhadap *Engagement* Instagram

Pesanminum

Penulis : Novel

NIM 19033090

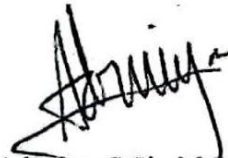
Program Studi : Periklanan

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 July 2022

Disahkan oleh:

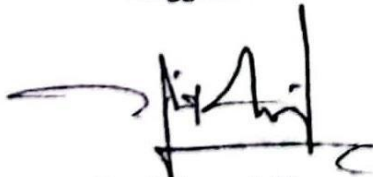
Ketua Penguji,



Adryans, S.Si., M.Sn

NIP: 19851001201903

Anggota 1



Drs. Hilwan Arif
NUPN: 99030050083

Anggota 2



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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Dampak Desain Visual Terhadap Engagement Instagram
Pesanminum
Penulis : Novel
NIM : 19033090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 11 Juli 2022

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn.
NIP. 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 : Novel
NIM : 19033090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik :2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul "Dampak Desain Visual Terhadap Engagement Instagram Pesanminum" 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, 11 July 2022

Yang menyatakan,



Novel

NIM. 19033090

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Novel
NIM : 19033090
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 "Dampak Desain Visual Terhadap Engagement Instagram Pesanminum" 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, 11 July 2022



ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Desain Visual Terhadap *Engagement* Instagram
Pesanminum
Penulis : Novel
Pembimbing I : Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II : Daniel Nugraha, S.Ds, M.Sn.

The development of technology is currently so rapid, requires humans to always follow the trends in the internet world. In 2022, there will be an increase in internet users, namely there are 204.7 million internet users in Indonesia or 73.7% of the total population of 277.7 million people. This affects industries that rely on technology such as creative industries. Advertising is one of the sub-sectors of the creative industry in Indonesia which relies on creativity in its manufacture. In the midst of the development of the creative industry, especially in the advertising sector, Temata Creative Agency is a digital marketing advertising agency service that helps Brands to develop their products on social media, one of the brands held by Temata Creative Agency is Pesanminum, Brand Pesanminum itself is a shop that sells various kinds of alcoholic beverages online on Instagram. The purpose of the Pesanminum Brand is to increase Brand Awareness, therefore the role of the author as a Graphic Designer is to create and determine designs that can increase the Engagement and Brand Awareness of Pesanminum Instagram.

Keywords: *Graphic Designer, Pesanminum, Engagement, Brand Awareness*

Perkembangan teknologi saat ini begitu pesat, menuntut manusia untuk selalu mengikuti tren di dunia internet. Pada tahun 2022, terjadi peningkatan pengguna internet yakni ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia atau 73,7% dari total populasi sebesar 277,7 juta jiwa. Hal ini berpengaruh pada industri yang mengandalkan teknologi seperti industri kreatif. Periklanan merupakan salah satu subsektor industri kreatif di Indonesia yang dalam pembuatannya mengandalkan kreativitas. Ditengah berkembangnya industri kreatif terutama bidang periklanan, Temata Creative Agency sebuah jasa biro iklan digital marketing yang membantu *Brand* untuk mengembangkan produk mereka di media sosial, salah satu *Brand* yang dipegang oleh Temata Creative Agency merupakan Pesanminum, *Brand* Pesanminum itu sendiri adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam minuman beralkohol secara online di Instagram. Tujuan dari *Brand* Pesanminum untuk meningkatkan *Brand Awareness*, maka dari itu peran penulis sebagai *Graphic Designer* yaitu membuat dan dapat menentukan desain yang dapat meningkatkan *Engagement* dan *Brand Awareness* Instagram Pesanminum.

Kata kunci: *Graphic Designer, Pesanminum, Engagement, Brand Awareness*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberi kesehatan dan Hidayah kepada penulis dan juga para pembimbing yang telah membantu dan membimbing, sehingga penulis dapat menuntaskan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan utama penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu persyaratan untuk mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul yang penulis pakai dalam Tugas Akhir ini adalah Dampak Desain Visual Terhadap *Engagement* Instagram Pesanminum. Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari pembimbing. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak- pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan
4. Drs. Sudrajat., MM., Ketua Program Studi Periklanan
5. Zaenab, S.S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan
6. Bpk. Michael Wirawan Selaku CEO dari Temata Creative Agency
7. Bpk. Michael Wirawan Selaku CEO dari Temata Creative Agency yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Temata Creative Agency
8. Bpk. Aristo August, selaku General Manager Temata Creative Agency yang menjadi Pembimbing Perusahaan di Temata Creative Agency
9. Orang Tua yang senantiasa memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
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. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat dan karunia – Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 11 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Novel', written in a cursive style.

Novel
NIM. 19033090

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan	5
G. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. <i>Brand Awareness</i>	7
B. Desain Dalam Membangun <i>Awareness</i>	8
C. SWOT	9
D. Strategi STP	10
E. Media Sosial.....	11
F. Instagram.....	12
G. Desain Grafis	13
H. Tren Minuman keras di Indonesia	17
I. Kode Etik Periklanan	19

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	21
A. Identitas Perusahaan.....	21
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	22
C. Lokasi Perusahaan	22
D. Client	23
E. Produk	24
F. Struktur Organisasi Perusahaan	25
G. Teknik Pengumpulan Data	27
H. Ruang Lingkup	27
I. Langkah Kerja.....	28
J. Timeline	31
K. <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Analisa <i>Brand Awareness</i> Pesanminum	33
B. Desain dalam Membangun <i>Awareness</i> Pesanminum.....	33
C. SWOT Pesanminum	35
D. Strategi STP Pesanminum	39
E. Perbandingan Total Insight Desain Pesanminum	39
F. Analisis Insight Pesanminum.....	40
G. Analisis Performa Desain Instagram Pesanminum	50
H. Perbandingan Performa Menggunakan Prinsip Desain	54
I. Tindak Lanjut Aktivasi	55
BAB V PENUTUP.....	60
A. Simpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	xii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil Internet Indonesia 2022	2
Gambar 2 Piramida Kesadaran Merek	7
Gambar 3 Teori AIDA Desain Visual (AIDA Map).....	9
Gambar 4 Konsumsi Minuman Beralkohol pada 2020.....	18
Gambar 5 Konsumsi Minuman Beralkohol pada 2020.....	19
Gambar 6 Logo Temata Creative Agency.....	21
Gambar 7 Logo Pesanminum.....	24
Gambar 8 Profile Instagram Pesanminum	24
Gambar 9 Botol Minuman	25
Gambar 10 Struktur Organisasi Temata Creative Agency.....	26
Gambar 11 Langkah Kerja	29
Gambar 12 Pra Produksi	29
Gambar 13 Produksi.....	30
Gambar 14 Pacea Produksi.....	31
Gambar 15 Desain dalam Membangun Awereness Pesanminum.....	33
Gambar 16 AIDA dalam desain Pesanminum	34
Gambar 17 Reach Instagram Pesanminum	40
Gambar 18 Impressions Instagram Pesanminum.....	41
Gambar 19 Profile Visits Instagram Pesanminum	42
Gambar 20 Website Taps Instagram Pesanminum	43
Gambar 21 Likes Instagram Pesanminum	44
Gambar 22 Comments Instagram Pesanminum.....	45
Gambar 23 Saves Instagram Pesanminum.....	46
Gambar 24 Shares Instagram Pesanminum.....	47
Gambar 25 Engagments Instagram Pesanminum.....	48
Gambar 26 Cost Per Reach Instagram Pesanminum.....	49
Gambar 27 Cost Per Engagment Instagram Pesanminum	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline	31
Tabel 2 Key Performance Indicator	32
Tabel 3 Analisis SWOT desain Kompetitor.....	38
Tabel 4 Cost Instagram Ads Pesanminum	40
Tabel 5 Desain dengan Performa reach tertinggi	51
Tabel 6 Desain dengan performa reach terendah	51
Tabel 7 Desain dengan Impressions tertinggi	52
Tabel 8 Desain dengan Impressions terendah	52
Tabel 9 Desain dengan performa Engagment tertinggi.....	53
Tabel 10 Desain dengan performa Engagment terendah	53
Tabel 11 Perbandingan performa desain menggunakan Prinsip Desain	55
Tabel 12 Desain Feeds Instagram Pesanminum.....	56
Tabel 13 Desain Feeds Instagram Pesanminum.....	57
Tabel 14 Desain Feeds Instagram Pesanminum.....	58