

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM SOBAT AIR
JAKARTA UNTUK OPTIMALISASI *ENGAGEMENT*
KAMPANYE #JAGAAIRKITA TAHUN 2026

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



Disusun oleh
SHARFINA CAHYA AZZAHRO
NIM 2370404135

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual Instagram Sobot Air
Jakarta untuk Optimalisasi *Engagement* Kampanye
#JagaAirKita Tahun 2026
Nama Mahasiswa : Sharfina Cahya Azzahro
NIM : 2370404135
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 15 Juli 2026

Disahkan Oleh,
Ketua Penguji



Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si.
NIP. 199410152019032015

Anggota I



Pahala Basuki, S.Kom, M.I.Kom.
NIP.

Anggota II



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom.
NUPTK. 8250760661230173

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual Instagram Sobat Air
Jakarta untuk Optimalisasi *Engagement* Kampanye
#JagaAirKita Tahun 2026
Nama Mahasiswa : Sharfina Cahya Azzahro
NIM : 2370404135
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Rizky Kertanegara S.S., M.Si
NUPTK.9447761662131482



Dr. Ressa Uli Patrissia S.S., M.Ikom
NUPTK.8250760661230173

Mengetahui,
Koordinator Prodi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual Instagram Sobat Air
Jakarta untuk Optimalisasi *Engagement* Kampanye
#JagaAirKita Tahun 2026
Nama Mahasiswa : Sharfina Cahya Azzahro
NIM : 2370404135
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “**Pembuatan Konten Visual Instagram Sobat Air Jakarta untuk Optimalisasi *Engagement* terhadap Kampanye #JagaAirKita**” adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Jakarta, 9 Juni 2026
Y

87AOX040019591
Sharfina Cahya Azzahro

NIM 2370404135

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sharfina Cahya Azzahro
NIM : 2370404135
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

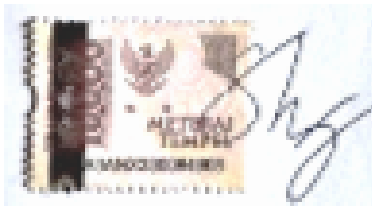
PEMBUATAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM SOBAT AIR JAKARTA UNTUK OPTIMALISASI *ENGAGEMENT* TERHADAP KAMPANYE #JAGAAIRKITA

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Juni 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "AKSIAN TUNJANG" and "HAK CIPTA".

Sharfina Cahya Azzahro
NIM 2370404135

ABSTRAK

Water resource issues in Jakarta remain a serious environmental concern, characterized by high levels of pollution and low public awareness regarding water conservation. This gap has encouraged Sobat Air Jakarta, the communication platform of the Jakarta Water Resources Agency (Dinas Sumber Daya Air DKI Jakarta), to utilize Instagram as a medium for delivering the #JagaAirKita campaign through visual content. The purpose of this final project is to create Instagram visual content that effectively applies visual communication design principles in order to optimize engagement with the #JagaAirKita campaign. The theoretical foundation of this project includes visual communication design principles—namely balance, contrast, visual hierarchy, unity, proportion, and rhythm—as the primary framework for content creation. In addition, the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) is employed as an approach to understand how visual elements within the content can gradually guide audience interaction. Data for this final project were collected through observation, literature review, and in-depth interviews with the Director of Communications of Sobat Air Jakarta. The results indicate that the appropriate application of visual communication design principles can effectively capture audience attention, generate interest, encourage interaction, and support the dissemination of campaign messages through social media.

Keywords: *visual communication design, AISAS, social media, engagement.*

Permasalahan sumber daya air di Jakarta masih menjadi isu lingkungan yang serius, ditandai dengan tingginya tingkat pencemaran serta rendahnya kesadaran masyarakat dalam menjaga kelestariannya. Kesenjangan ini mendorong Sobat Air Jakarta selaku wadah komunikasi Dinas Sumber Daya Air DKI Jakarta untuk memanfaatkan Instagram sebagai media penyampaian kampanye #JagaAirKita melalui konten visual. Tujuan dari pelaksanaan tugas akhir ini adalah untuk membuat konten visual Instagram yang menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual secara tepat agar mampu mengoptimalkan *engagement* kampanye #JagaAirKita. Landasan teori yang digunakan meliputi prinsip desain komunikasi visual mencakup keseimbangan, kontras, hirarki visual, kesatuan, proporsi, dan ritme sebagai kerangka utama perancangan konten. Serta model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai pendekatan untuk membaca bagaimana elemen-elemen visual dalam konten dapat memandu interaksi audiens secara bertahap. Data dalam pelaksanaan tugas akhir ini didapatkan dari observasi, studi pustaka dan wawancara mendalam dengan Direktur Comms Sobat Air Jakarta. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa penggunaan prinsip desain komunikasi visual yang tepat dapat meningkatkan perhatian, ketertarikan, hingga mendorong interaksi dan penyebaran pesan kampanye di media sosial.

Kata kunci: *desain komunikasi visual, AISAS, media sosial, engagement.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir yang berjudul “*Pembuatan Konten Visual Instagram Sobat Air Jakarta untuk Optimalisasi Engagement Kampanye #JagaAirKita Tahun 2026*”. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh jenjang akademik pada Program Studi D3 Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan menjelaskan proses pembuatan konten visual Instagram Sobat Air Jakarta untuk optimalisasi *engagement* kampanye #JagaAirKita tahun 2026. Hal ini untuk menciptakan kesadaran terhadap masyarakat tentang pentingnya menjaga sumber daya air di Jakarta untuk kelangsungan hidup yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada;

1. Dwi Riyono ST. M.Ak. Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Mawan Nugraha S.Si M.Acc. Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Rizky Kertanegara S.S., M.Si., selaku dosen Pembimbing 1 penulisan Laporan Tugas Akhir
8. Ressa Uli Patrissia S.S., M.Ikom, selaku dosen Pembimbing 2 penulisan Laporan Tugas Akhir

9. Sobat Air Jakarta, selaku komunitas yang penulis jalani selama 1 tahun dan membuat inspirasi untuk penulisan Laporan Tugas Akhir
10. Fathurachim Previatiko Bayu Dirgantara, selaku Head of Comms Sobat Air Jakarta yang telah mempersilahkan penulis menggunakan Kampanye #JagaAirKita untuk dijadikan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini
11. Kedua orang tua dan saudara perempuan penulis, sebagai sosok keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam setiap langkah yang penulis lakukan.
12. Fuad, Ai, Liza, Tari, Andika, Luna, Meisya, Shelo, Nabil dan semua teman-teman penulis yang telah menemani dan memberikan semangat di saat masa-masa yang berat.
13. Lngshot, terutama Kim Ryul yang memberikan penulis semangat untuk menyusun Tugas Akhir lewat lagu-lagu mereka.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi dasar yang baik dalam pelaksanaan Tugas Akhir serta memberikan manfaat bagi penulis, instansi, dan pihak-pihak terkait.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut berkontribusi dalam mendukung setiap proses dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 10 Juni 2026

Penulis,



Sharfina Cahya Azzahro

NIM 2370404135

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Bagi Penulis	7
2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	8
3. Manfaat Bagi Masyarakat	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi	9
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Fungsi Komunikasi	9
3. Unsur-unsur Komunikasi	11
B. Komunikasi Visual.....	13
1. Pengertian Komunikasi Visual.....	13
2. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	13
3. Prinsip Desain Komunikasi Visual	14
C. Model AISAS	18
1. Pengertian Model AISAS.....	18
2. Model AISAS Non-linear.....	18
D. Media Sosial sebagai Media Kampanye	19
1. Media Sosial.....	19
2. Kampanye.....	20

3. Konten Visual.....	20
4. <i>Engagement</i> dalam Media Sosial	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Data Penulisan.....	22
1. Gambaran Umum Komunitas.....	22
2. Profil Komunitas	22
3. Logo Komunitas	23
4. Maskot Komunitas	24
5. Visi Misi Komunitas	25
6. Struktur Komunitas	26
B. Teknik Pengumpulan Data	28
1. Observasi	28
2. Studi Pustaka	30
3. Wawancara	30
C. Ruang Lingkup	32
1. Peran Penulis	32
2. Kategori Karya	33
3. Ide Kreatif	34
D. Langkah Kerja	34
1. Praproduksi/Persiapan.....	35
2. Produksi/Pelaksanaan.....	36
3. Pascaproduksi/Evaluasi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Instagram Sobat Air Jakarta	38
B. Pembuatan Konten Visual Instagram Sobat Air Jakarta untuk Kampanye #JagaAirKita.....	39
1. Pra-Produksi	41
2. Produksi.....	46
3. Pasca Produksi.....	49
C. Analisis Konten dalam Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual, Model AISAS dan Evaluasi Hasil <i>Engagement</i>	50
1. Keseimbangan (<i>Balance</i>)	51
2. Kontras (<i>Contrast</i>).....	57
3. Hirarki Visual (<i>Visual Hierarchy</i>).....	64

4. Kesatuan (<i>Unity</i>)	69
5. Proporsi (<i>Proportion</i>).....	73
6. Ritme (<i>Rhythm</i>)	78
D. Hasil Karya.....	81
1. Edukasi Sumber Daya Air.....	81
2. Trivia Sumber Daya Air.....	82
3. Trivia <i>Gimmick</i>	83
4. Poster <i>Event</i>	84
5. Rekap Acara	85
6. Ucapan.....	86
7. Foto RTBnyaJakarta.....	87
E. Hasil Performa Konten.....	87
1. <i>Engagement Rate</i>	88
2. <i>Insight</i> Meta Business Suite	91
3. Keterkaitan Prinsip Desain terhadap <i>Engagement Rate</i>	93
BAB V PENUTUP	95
A. Simpulan.....	95
B. Saran.....	97
1. Saran untuk Penulis.....	97
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	98
3. Saran untuk Masyarakat	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Penerapan Prinsip Keseimbangan	52
Tabel 2 Analisis Penerapan Prinsip Kontras	58
Tabel 3 Analisis Penerapan Prinsip Hirarki Visual	64
Tabel 4 Analisis Penerapan Prinsip Kesatuan	69
Tabel 5 Analisis Penerapan Prinsip Proporsi	74
Tabel 6 Analisis Penerapan Prinsip Ritme	79
Tabel 7 <i>Engagement Rate</i> Instagram Sobat Air Jakarta Sebelum dan Selama Pelaksanaan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Status Mutu Air Sungai, DKI Jakarta Tahun 2024.....	2
Gambar 2 Indonesia 2025: <i>Self-Declared Platform Use</i>	4
Gambar 3 Model AISAS Non-linear	18
Gambar 4 Logo Sobat Air Jakarta	23
Gambar 5 Maskot Sobat Air Jakarta, Jamal	24
Gambar 6 Struktur Sobat Air Jakarta	26
Gambar 7 <i>Workflow</i> Pembuatan Konten	35
Gambar 8 Konten Sebelum Dipegang oleh Penulis	38
Gambar 9 <i>Draft Brainstorming</i>	42
Gambar 10 <i>Editorial Plan</i> Sobat Air Jakarta Bulan Mei 2026	43
Gambar 11 <i>Guideline</i> Sobat Air Jakarta Bulan Mei 2026.....	44
Gambar 12 <i>Guideline Checking</i>	46
Gambar 13 <i>Guideline Making</i>	46
Gambar 14 Konten “ <i>Hunt & Glow: A Walk & Talk Experience</i> ”	48
Gambar 15 Konten Trivia SDA “Antara Cinta dan Benci: Hujan Deras Mengguyur Kota tapi Kok yang Basah Pipi?”	56
Gambar 16 <i>Engagement Rate</i> Konten Trivia SDA	57
Gambar 17 Konten Trivia SDA “Antara Cinta dan Benci: Hujan Deras Mengguyur Kota tapi Kok yang Basah Pipi?”	62
Gambar 18 <i>Engagement Rate</i> Konten Edukasi SDA	63
Gambar 19 Konten Poster Event “Upcycle your Plastic Waste”	67
Gambar 20 <i>Engagement Rate</i> Konten Poster Event “ <i>Hunt & Glow: A Walk & Talk Experience</i> ”	68
Gambar 21 Konten Edukasi Sumber Daya Air	82
Gambar 22 Konten Trivia Sumber Daya Air	83
Gambar 23 Konten Trivia <i>Gimmick</i>	84
Gambar 24 Konten Poster <i>Event</i>	85
Gambar 25 Konten Rekap Acara.....	86
Gambar 26 Konten Ucapan	86
Gambar 27 Konten Foto RTBnyaJakarta	87
Gambar 28 <i>Insight</i> Instagram Sobat Air Jakarta Sebelum Pelaksanaan Tugas Akhir	91
Gambar 29 <i>Insight</i> Instagram Sobat Air Jakarta Selama Pelaksanaan Tugas Akhir	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	104
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	106
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1	109
Lampiran 4 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	110
Lampiran 5 Surat Keterangan	111
Lampiran 6 Dokumentasi dengan Pembimbing	112
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan.....	113
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang.....	114
Lampiran 9 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	115