

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN DESAIN KONTEN *CAROUSEL* PADA INSTAGRAM @RUANGERAK.ID BERBASIS MODEL AIDA UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* TERHADAP ISU SOSIAL DAN POLITIK

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

LEANDRO SEPTIAWAN LUMAKEY

NIM: 2370404065

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Konten *Carousel* Pada Instagram
@Ruangerak.Id Berbasis Model AIDA Untuk
Meningkatkan *Awareness* Terhadap Isu Sosial Dan Politik

Penulis : Leandro Septiawan Lumakeky

NIM : 2370404065

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin tanggal 20 Juli 2026.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji

Laelatul Pathia, M.I.Kom
NIP. 199007162024062002

Anggota 1

Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si
NIP. 199709112025062014

Anggota 2

Muhammad Nur
NIP. 0052744645130103

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Imanuel Ronald David Mongkai, S.E., M.M.
NIP. 199106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Konten *Carousel* Pada
Instagram @Ruangerak.Id Berbasis Model AIDA
Untuk Meningkatkan *Awareness* Terhadap Isu
Sosial Dan Politik

NIM : 2370404065

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ..Jakarta..., 12 Juni 2026.....

Pembimbing 1



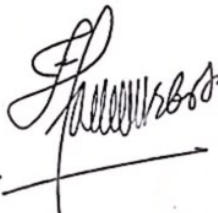
Dr. Atrik Rohmiyati, M.Pd.
NIDN. 0029046206

Pembimbing 2



Muhammad Nur
NIP 0052744645130103

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Leandro Septiawan Lumakeky
NIM	: 2370404065
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan desain konten *carousel* pada Instagram @ruangerak.id berbasis model AIDA untuk meningkatkan *Awareness* terhadap isu sosial dan politik **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, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Leandro Septiawan Lumakeky
NIM: 2370404065

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Leandro Septiawan Lumakeky
NIM : 2370404065
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 desain konten *carousel* pada Instagram @ruangerak.id berbasis model AIDA untuk meningkatkan *Awareness* terhadap isu sosial dan politik

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, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Leandro Septiawan Lumakeky
NIM: 2370404065

ABSTRAK

The development of social media has made Instagram one of the main media for disseminating information, including social and political issues. However, the information conveyed is often complex and less visually appealing, making it difficult for audiences, especially the younger generation, to understand. This problem is also found in the Instagram content of @ruangerak.id, which has not optimized visual elements and communication models in conveying messages. This study aims to create a carousel content design based on the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action) to increase audience awareness of social and political issues. The method used is the work design method (project-based) with data collection techniques through observation and literature study. The design process was carried out through observation of the Instagram account @ruangerak.id, preparation of visual concepts, and creation of content designs based on the AIDA stages. The results show an increase in the number of views from 35,375 to 93,710 and content interactions from 876 to 11,500. The application of the AIDA model produces more structured, communicative, and engaging content, thereby helping to increase audience awareness of social and political issues on Instagram @ruangerak.id.

Keywords: *AIDA, carousel content, Instagram, awareness, social and political issues.*

Perkembangan media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu media utama dalam penyebaran informasi, termasuk isu sosial dan politik, namun, informasi yang disampaikan sering kali masih kompleks dan kurang menarik secara visual sehingga sulit dipahami oleh *audiens*, khususnya generasi muda. Permasalahan tersebut juga ditemukan pada konten Instagram @ruangerak.id yang belum mengoptimalkan elemen visual dan model komunikasi dalam penyampaian pesan. Penelitian ini bertujuan membuat desain konten *carousel* berbasis model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk meningkatkan *awareness audiens* terhadap isu sosial dan politik. Metode yang digunakan adalah metode pembuatan (*project-based*) karya dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi pustaka. Proses pembuatan dilakukan melalui observasi akun Instagram @ruangerak.id, penyusunan konsep visual, serta pembuatan desain konten berdasarkan tahapan AIDA. Hasil menunjukkan peningkatan jumlah tayangan dari 35.375 menjadi 93.710 serta interaksi konten dari 876 menjadi 11.500. Penerapan model AIDA menghasilkan konten yang lebih terstruktur, komunikatif, dan menarik sehingga membantu meningkatkan *awareness audiens* terhadap isu sosial dan politik pada Instagram @ruangerak.id.

Kata Kunci: *AIDA, Konten carousel, Instagram, awareness, isu sosial dan politik.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia, penyertaan, berkat, dan hikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *“Pembuatan Desain Konten Visual pada Instagram @ruangerak.id berbasis Model AIDA untuk Meningkatkan Awareness terhadap Isu sosial dan politik”* dengan baik dan tepat waktu.

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

1. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M. Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd. Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
7. Muhammad Nur Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
8. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Liliek Poerwidyowati, selaku orang tua yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Teman-teman Ruang Gerak Indonesia (Jesse, Afif, Fuzan, Galet) yang telah memberikan dukungan, pengalaman, serta kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan kemampuan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
11. Teman-teman PPK (Dzaky, Nouval, Rafly) yang telah berjuang bersama

selama tiga tahun melawan semua mata kuliah dengan baik.

12. Teman - teman Kapalz (Ano, Ridho, Farid, Dias, Vicky, Daffa, Bagas, Rafi, Agung, Annas, Sangaji dan teman - teman Kapalz yang tidak bisa disebutkan satu per satu) yang sudah menemani selama penulis mengerjakan praktik industri dan tugas akhir.
13. Sarah selaku partner penulis yang mendukung dan menemani penulis selama mengerjakan praktik industri dan penyusunan karya tugas akhir ini.
14. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia angkatan 2023 yang telah berjuang selama 3 tahun bersama.
15. Tan Malaka dengan kutipan inspiratif yang berbunyi “*Terbentur, terbentur, terbentuk*” Kalimat tersebut menjadi motivasi besar bagi penulis untuk terus menghadapi setiap tantangan dan hambatan selama proses perkuliahan.
16. Farid Stevy dengan kutipannya “Karena setiap perjuangan tidak disepakati oleh banyak orang, hanya disepakati oleh orang - orang itu saja yang merasa orang yang merasa serupa, dan ajak mereka terbang bersama untuk mencapai tujuan itu”

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

Jakarta, 12 Juni 2025

Penulis,



Leandro Septiawan Lumakeky

NIM. 2370404065

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
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	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
1. Manfaat untuk Penulis	5
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	5
3. Manfaat untuk Masyarakat.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi.....	7
1. Definisi Komunikasi.....	7
2. Tujuan Komunikasi	7
3. Proses Komunikasi	8
B. Media Komunikasi	8
1. Pengertian Media Komunikasi	8
2. Fungsi Media Komunikasi	9
C. Media Sosial	10
1. Pengertian Media Sosial	10
2. Fungsi Media Sosial	10

3.	Media Sosial Sebagai Sarana Informasi	11
D.	Desain Grafis.....	11
1.	Pengertian Desain Grafis	11
2.	Fungsi Desain Grafis	12
3.	Unsur Desain Grafis dalam Konten <i>Carousel</i>	12
E.	Isu Sosial dan Politik	14
1.	Isu Sosial.....	14
2.	Isu Politik.....	15
3.	Isu Sosial dan Politik pada Instagram @ruangerak.id.....	16
F.	Pembuatan Desain Konten Visual pada Instagram @ruangerak.id Menggunakan Model AIDA	16
1.	Pembuatan Desain Konten Media Visual	16
2.	Instagram @ruangerak.id	17
3.	Model AIDA.....	18
4.	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	19
G.	Meningkatkan <i>Awareness</i> Terhadap Isu Sosial dan Politik	21
1.	Pengertian <i>Awareness</i>	21
2.	Fungsi <i>Awareness</i>	21
3.	Indikator <i>Awareness</i>	21
4.	Proses <i>Awareness</i>	22
5.	<i>Awareness</i> Terhadap Isu Sosial dan Politik.....	22
BAB III	METODE PELAKSANAAN.....	24
A.	Data Perusahaan.....	24
1.	Profil Media.....	24
2.	Struktur Media.....	25
B.	Teknik Pengumpulan Data	27
1.	Observasi	27
2.	Studi Pustaka	27
C.	Ruang Lingkup	28
1.	Peran Penulis	28
2.	Kategori Karya	28
3.	Ide Kreatif.....	28
D.	Langkah Kerja.....	29
1.	Pra Produksi.....	30

2.	Produksi	31
3.	Pasca Produksi	31
BAB IV PEMBAHASAN		32
A.	Gambaran Umum Karya	32
B.	Pra Produksi (Persiapan).....	32
1.	Observasi Akun Instagram @ruangerak.id.....	32
2.	Pengumpulan Data dan Referensi.....	33
3.	Analisis <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> (STP).....	34
C.	Produksi (Pelaksanaan)	35
1.	Penyusunan Konsep Konten <i>Carousel</i>	35
2.	Pembuatan Desain Visual.....	36
3.	<i>Approval</i> Desain	39
4.	Revisi Desain.....	40
5.	Analisis Penerapan Model AIDA	41
D.	Pasca Produksi (Evaluasi).....	44
E.	Perbandingan Konten Sebelum dan Sesudah Penerapan Model AIDA	45
1.	Konten Sebelum Penerapan Model AIDA	45
2.	Konten Sesudah Penerapan Model AIDA	46
F.	Hasil Karya	47
G.	Analisis Perbandingan Konten.....	49
H.	Hasil <i>Awareness</i> Konten.....	51
BAB V PENUTUP		53
A.	Simpulan.....	53
B.	Saran	54
1.	Untuk Penulis	54
2.	Untuk Politeknik Negeri Media.....	54
3.	Untuk Masyarakat.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56

DAFTAR TABEL

Tabel 1 STP Ruang Gerak Indonesia	35
Tabel 2 Penerapan Model Komunikasi AIDA	41
Tabel 3 Penerapan Model Komunikasi AIDA	43
Tabel 4 Penerapan Model Komunikasi AIDA	44
Tabel 5 Analisis Konten Sebelum Penerapan	49
Tabel 6 Analisis Konten Sesudah Penerapan AIDA	50
Tabel 7 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Penerapan Model AIDA.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Most Used Social Medias Platform in 2025	1
Gambar 2 Logo Media.....	24
Gambar 3 Struktur Media	25
Gambar 4 Langkah Kerja	29
Gambar 5 Instagram Ruang Gerak Indonesia	33
Gambar 6 Referensi Visual.....	34
Gambar 7 <i>Moodboard</i> Visual.....	35
Gambar 8 Home Page Canva.....	36
Gambar 9 Artboard Canva.....	36
Gambar 10 Menambahkan Background Visual.....	37
Gambar 11 Menambahkan Tekstur	37
Gambar 12 Menambahkan Copywriting	38
Gambar 13 Konten Visual Cover	38
Gambar 14 Konten Visual Pemaparan Fakta	38
Gambar 15 Konten Visual Analisis Masalah	39
Gambar 16 Konten Visual Call to Action	39
Gambar 17 Approval Desain	40
Gambar 18 Approval Desain	40
Gambar 19 Konten Sebelum Penerapan Model AIDA	46
Gambar 20 Konten Sesudah Penerapan Model AIDA	46
Gambar 21 Hasil Karya	47
Gambar 22 Hasil Karya	47
Gambar 23 Hasil Karya	48
Gambar 24 Hasil Karya	48
Gambar 25 Hasil Karya	48
Gambar 26 Konten Sebelum Penerapan.....	49
Gambar 27 Konten Sebelum Penerapan.....	50
Gambar 28 Insight Sebelum dan Sesudah Penerapan Model AIDA	51
Gambar 29 Peningkatan Followers Setelah Penerapan Model AIDA.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

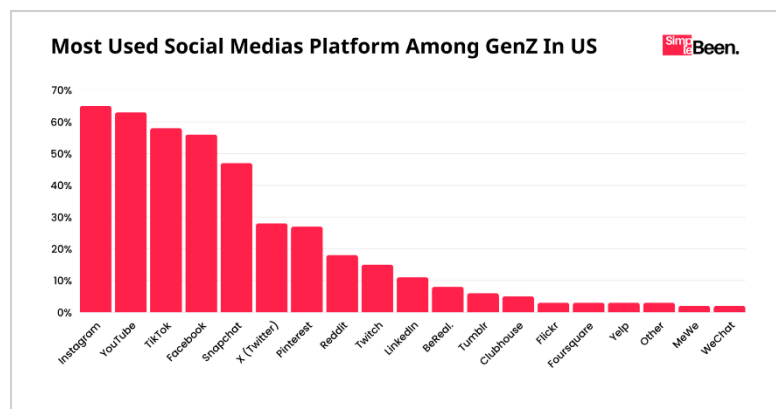
Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	58
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan Tugas Akhir Tugas Akhir.....	62
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan Tugas Akhir Tugas Akhir.....	62
Lampiran 4 Surat Keterangan Praktik Industri	63
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	64
Lampiran 6 Sertifikat Kompetensi	65
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	66
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membuat perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi yang tersedia. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang penting di era digital ini, karena dapat membuat terjadinya interaksi secara cepat, luas, dan tanpa batas ruang. (Abdul & Engelbertus, 2024). Salah satu platform yang sering digunakan untuk masyarakat mengakses dan menyebarkan serta menerima informasi terkini adalah Instagram. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat sebagai media informasi yang memanfaatkan kekuatan visual dalam menyampaikan pesan.



Gambar 1 *Most Used Social Medias Platform in 2025*
Sumber : simplebeen.com

Dalam Perkembangannya, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi media sosial menjadi sarana untuk ruang diskusi berbagai isu, termasuk isu sosial dan politik, informasi sosial dan politik dapat mudah diakses dan disebarluaskan melalui media

sosial, sehingga masyarakat dapat menerima informasi dengan cepat terkait isu sosial dan politik yang sedang terjadi, baik di dalam negeri maupun luar negeri. (Khatimah dkk, 2024) Namun, informasi seputar sosial dan politik di media sosial sering kali masih disajikan dengan tata letak yang kurang terstruktur dengan elemen visual sehingga informasi jadi padat, bersifat deskriptif, dan belum memaksimalkan model komunikasi dalam penyampaian pesan.

Dalam konteks tersebut, diperlukan media yang mampu membuat informasi isu sosial dan politik yang sedang terjadi lebih ringan dan lebih mudah memahami informasi isu sosial dan politik oleh *audiens*. Salah satu media yang bergerak di bidang media sosial pada isu sosial dan politik yang menyampaikan isu terkait yaitu Ruang Gerak Indonesia, yang didirikan pada tahun 2024 oleh alumni mahasiswa Ilmu Politik Universitas UPNVJ. Ruang Gerak Indonesia yang mempunyai peran sebagai media informasi yang membahas isu sosial dan politik dengan gaya penyampaian informasi sederhana dan relevan terhadap isu yang sedang terjadi

Dalam penyampiannya, Ruang Gerak Indonesia menggunakan platform Instagram sebagai media utama dalam menyebarluaskan informasi dengan format *carousel*, *reels*, *stories*, dan *feeds* yang memungkinkan penyampaian informasi diterima secara bertahap di mulai dari judul atau *headline* yang dapat menarik perhatian *audiens*, kemudian penjelasan isi yang lebih mendalam di *slide* berikutnya. Dalam penyampaian informasi terkait isu sosial dan politik Ruang Gerak Indonesia memfokuskan target penyampaian informasi kepada kalangan Gen Z Namun, dalam pengamatan yang dilakukan, konten yang digunakan masih bersifat kurang menarik dalam segi teks yang terlalu

mendominasi, penggunaan visual yang tidak relevan dan belum mengoptimalkan elemen visual seperti hierarki informasi, tata letak, serta kekuatan visual untuk menarik perhatian *audiens* sebagai sarana komunikasi. Hal ini membuat adanya ketimpangan antara potensi media visual sebagai sarana komunikasi yang efektif dengan penerapan konten media visual yang kurang optimal.

Dalam menghasilkan konten yang maksimal dan efektif serta sesuai dengan kebutuhan *audiens*, diperlukan suatu pendekatan komunikasi yang dapat mampu menarik perhatian *audiens* dan menyampaikan pesan secara bertahap. Dalam penelitian ini digunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) sebagai landasan dalam pembuatan konten media visual ini. Model ini sangat cocok dalam penyampaian pesan agar mampu menarik perhatian *audiens*, serta menumbuhkan rasa keinginan memahami terhadap isu yang disampaikan.

Penerapan model AIDA dalam desain konten yang diterapkan dalam konten media visual @ruangerak.id juga memungkinkan pesan yang ingin disampaikan lebih terarah dan sistematis, khususnya pada konten yang sering dipakai oleh @ruangerak.id dengan format *carousel* pada platform Instagram. Setiap konten yang dihasilkan oleh Ruang Gerak Indonesia dirancang dengan menggunakan model tahapan AIDA, seperti penggunaan *headline* yang menarik pada *slide* awal untuk menarik perhatian, penyampaian isi yang informatif untuk membangun ketertarikan konten terhadap *audiens*. Serta penekanan isi pesan pada konten yang mampu meningkatkan kesadaran *audiens* terhadap isu yang dibahas, konten yang dihasilkan tidak hanya menjadi media informasi, tetapi

menjadi sarana komunikasi yang mampu mempengaruhi cara berpikir *audiens* dalam menerima isi konten sosial dan politik yang sedang terjadi.

Berdasarkan Latar belakang tersebut, penelitian bertujuan untuk membuat desain konten visual pada media sosial Instagram @ruangerak.id berbasis model AIDA untuk meningkatkan *awareness* terhadap isu sosial dan politik. Melalui penerapan model AIDA dalam proses rancangan, diharapkan konten yang dihasilkan dapat lebih menarik, serta mampu menyampaikan isi pesan konten lebih efektif sehingga dapat meningkatkan *awareness audiens* pada isu sosial dan politik yang disajikan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui beberapa masalah yang dihadapi, yaitu:

1. Kurangnya penyampaian isu sosial dan politik yang terlalu deskriptif, didominasi teks yang panjang, serta belum didukung visual yang relevan sehingga sulit dipahami oleh *audiens*.
2. Kurang adanya model komunikasi yang terstruktur dalam konten, sehingga membuat pesan yang disampaikan kurang maksimal.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, penulis membatasi masalah pada bahasan tentang pembuatan konten *carousel* pada Instagram @ruangerak.id dengan model AIDA untuk meningkatkan *awareness* terhadap isu sosial dan politik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana proses pembuatan desain konten *carousel* pada Instagram @ruangerak.id berbasis model AIDA untuk meningkatkan *awareness* terhadap isu sosial dan politik?

E. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penelitian ini adalah dapat membuat proses pembuatan desain konten *carousel* pada media sosial Instagram @ruangerak.id berbasis model AIDA untuk meningkatkan *awareness* terhadap isu sosial dan politik.

F. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan karya tugas akhir ini adalah:

1. Manfaat untuk Penulis

- a. Penulisan penelitian ini dapat menambah pengetahuan tambahan dan pengalaman dalam pembuatan desain konten media visual, dengan menggunakan penerapan model pendekatan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) pada media sosial Instagram.
- b. Penulisan penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan menyusun strategi komunikasi visual yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada *audiens*.

2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi bekal dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual serta

media digital. Karya ini juga dapat menjadi ilmu untuk mengetahui penerapan desain konten media visual yang efektif dan menarik di lingkungan akademik.

3. Manfaat untuk Masyarakat

Penulisan ini diharapkan untuk masyarakat dapat menjadi lebih paham dalam penyampaian isu sosial dan politik yang dapat dikemas menjadi visual yang menarik dan dapat lebih dipahami tentang isu sosial dan politik oleh masyarakat sekitar dan juga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik yang sedang terjadi.