

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VISUAL DESAIN DENGAN OPTIMALISASI WARNA DAN PENCAHAYAAN BERDASARKAN THE ART OF COLOR UNTUK MENJAGA KONSISTENSI ENGAGEMENT DI INSTAGRAM @Vention.indonesia

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



Disusun oleh

RAIFANDY RAMADHAN

NIM:2370404117

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Visual Desain Dengan Optimalisasi Warna Dan Pencahayaan Berdasarkan *The Art of Color* Untuk Menjaga *Engagement* Di Instagram @Vention.indonesia

Penulis : Raifandy Ramadhan

NIM : 237040404117

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 25 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,

Laelatul Pathia, M.I.Kom
NIP 199007162024062002

Anggota 1

Muhammad Nur, M.Kom
NIP. 0052744645130103

Anggota 2

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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN VISUAL DESAIN DENGAN
OPTIMALISASI WARNA DAN PENCAHAYAAN
BERDASARKAN THE ART OF COLOR UNTUK
MENJAGA KONSISTENSI ENGAGEMENT DI
INSTAGRAM @Vention.indonesia

Penulis : Raifandy Ramadhan
NIM : 2370404117
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditanda tangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si.
NIP 199312202019032026

Pembimbing 2



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raifandy Ramadhan
NIM : 2370404117
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: *Pembuatan Visual Desain Dengan Optimalisasi Warna Dan Pencahayaan Berdasarkan The Art Of Color Untuk Menjaga Konsistensi Engagement Di Instagram @Vention.Indonesia* **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 2026

Yang menyatakan,



Raifandy Ramadhan
NIM 2370404117

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Raifandy Ramadhan
NIM : 2370404117
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 Visual Desain Dengan Optimalisasi Warna Dan Pencahayaannya Berdasarkan The Art Of Color Untuk Menjaga Konsistensi Engagement Di Instagram @Vention.Indonesia beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juli 2026

Yang menyatakan,



Raifandy Ramadhan
NIM 2370404117

ABSTRAK

This final project discusses the visual design creation process for the @Vention.indonesia Instagram account aimed at maintaining engagement, given that Instagram is a visually driven social media platform effective for conveying brand messages. The process involves three stages: pre-production (developing a brief based on STP analysis, visual design principles, color theory, and the AISAS model, alongside concept development tailored to the target audience); production (visual design execution applying relevant graphic design principles); and post-production (evaluating content performance via Instagram Insights and analyzing audience response using the AISAS framework Attention, Interest, Search, Action, Share).

Keyword : Design, Instagram, Engagement, The Art of Color, Vention

Tugas Akhir ini membahas proses pembuatan visual desain untuk akun Instagram @Vention.indonesia guna menjaga engagement, mengingat Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang efektif dalam menyampaikan pesan brand. Proses dilakukan melalui tiga tahap: praproduksi (penyusunan brief berdasarkan analisis STP, Desain Visual, The Art of Color, dan AISAS, serta pengembangan konsep visual sesuai target audiens), produksi (perancangan visual dengan prinsip desain grafis yang relevan), dan pascaproduksi (evaluasi performa konten melalui Instagram Insight serta analisis respons audiens menggunakan metode AISAS Attention, Interest, Search, Action, Share).

Kata Kunci : Desain, Instagram, Engagement, The Art of Color, Vention

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai Graphic Designer PT Sinshe Tekno Indonesia. Tugas akhir ini, penulis beri judul “Pembuatan Visual Desain Dengan Optimisasi warna dan Pencahayaan Berdasarkan The Art of a Color untuk Menjaga Konsistensi Engagement di Instagram @Vention.indonesia”.

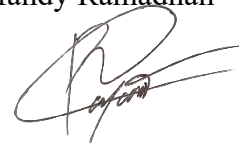
Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D. NIP., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
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. Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si. Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir
7. Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si. 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. A. Suhaidi mentor dari PT. Sinshe Tekno Indonesia yang sudah memberikan banyak pembelajar kepada penulis
10. Semua rekan kerja dari PT. Sinshe Tekno Indonesia yang sudah memberikan banyak pembelajar kepada penulis
11. Orang tua, Kakak, penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Alifia Tisa R yang menemani dan mendukung penulis
13. Teman – teman ABK yang sudah menemani dan membantu dalam menulis laporan praktik industri dan tugas akhir.
14. Seluruh teman-teman Prodi Periklanan Polimedia angkatan 2023 yang telah berjuang selama 3 tahun bersama.

Jakarta, 15 Juli 2026

Raifandy Ramadhan



NIM 2370404117

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	6
1. Bagi Penulis	6
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	6
3. Bagi Masyarakat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran	8
B. Branding	9
1. Brand Identity.....	10
C. Engagement.....	11
D. Segmentation, Targeting, Positioning (STP).....	12
1. Segmenting.....	13
2. Targeting	13

3. Positioning.....	13
E. AISAS	14
1. Perhatian (attention).....	14
2. Ketertarikan (interest)	15
3. Mencari (search).....	15
4. Tindakan (action)	16
5. Berbagi (share).....	16
F. Desain Visual	17
1. Prinsip-prinsip Desain.....	18
G. <i>The Art of Color</i>	21
H. Instagram.....	24
BAB III METODE PELAKSANAAN	28
A. Teknik Pengumpulan Data	28
1. Studi Pustaka.....	28
2. Observasi.....	28
B. Ruang Lingkup.....	29
1. Peran Penulis.....	29
2. Katergori Karya.....	29
3. Ide Kreatif	29
C. Langkah Kerja	30
1. Pra produksi	30
2. Produksi.....	31
3. Pasca produksi.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
A. Pra produksi.....	32
1. Brief.....	34
2. Aset Desain	35
3. Deskripsi Branding dengan Brand Identity Vention.....	35
B. Produksi.....	37
1. Menetapkan Konsep Desain.....	38
2. Membuat Desain	38

3.	Mengirim Hasil Desain	41
4.	Revisi.....	41
5.	Analisis Desain Visual dan The Art of Color	42
C.	Pasca produk	49
1.	Analisis Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	49
2.	Analisis AISAS	56
D.	Hasil	64
BAB V	PENUTUPAN.....	66
A.	Kesimpulan.....	66
B.	Saran.....	68
1.	Saran Untuk Penulis.....	68
2.	Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	69
3.	Saran Untuk Masyarakat.....	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Social yang banyak digunakan di Indonesia Februari 2025	1
Gambar 2 Data Instagram Insights.....	3
Gambar 3 Data Audiens Pengguna Instagram.....	24
Gambar 4 Alur Kerja.....	30
Gambar 5 Konten Instagram Vention Sebelum Penerapan Teori The Art of Color	32
Gambar 6 Konten Instagram Vention Setelah Penerapan Teori The Art of Color	33
Gambar 7 Alur Kerja.....	34
Gambar 8 Contoh Brief	34
Gambar 9 Logo Brand	36
Gambar 10 Proses Menetapkan Konsep Desain	38
Gambar 11 Aplikasi Adobe Photoshop.....	39
Gambar 12 Aplikasi Adobe Photoshop.....	39
Gambar 13 Mandatory dan Background	40
Gambar 14 Adobe Photoshop Proses Copywriting	40
Gambar 15 Asset Pendukung	41
Gambar 16 Mengirim Hasil Desain.....	41
Gambar 17 Postingan yang Dianalisis	42
Gambar 18 Postingan yang Dianalisis	44
Gambar 19 Postingan yang Dianalisis	47
Gambar 20 Postingan yang Dianalisis	50
Gambar 21 Postingan yang Dianalisis	52
Gambar 22 Postingan yang Dianalisis	54
Gambar 23 Postingan yang Dianalisis	56
Gambar 24 Postingan yang Dianalisis	59
Gambar 25 Postingan yang Dianalisis	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Desain Visual dan The Art of Color	43
Tabel 2 Analisis Desain Visual dan The Art of Color	45
Tabel 3 Analisis Desain Visual dan The Art of Color	47
Tabel 4 Analisis Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	50
Tabel 5 Analisis Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	52
Tabel 6 Analisis Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	54
Tabel 7 Analisis AISAS.....	56
Tabel 8 Analisis AISAS.....	59
Tabel 9 Analisis AISAS.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	71
Lampiran 2 Lembar Pembimbing Tugas Akhir	74
Lampiran 3 Hasil Turnitin	76
Lampiran 4 Sertifikat Kompetensi	77
Lampiran 5 Surat Keterangan Magang	79