

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VISUAL KONTEN MEDIA SOSIAL
CAFFINO BERDASARKAN PRINSIP DESAIN VISUAL
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

RADEN ARIA NAIZA GHAZALI GIANI ABDUL KADIR

NIM: 2370404112

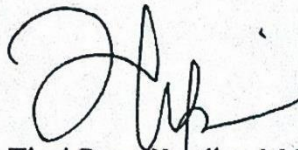
PROGRAM STUDI D-3 PERIKLANAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Konten Media Sosial
Caffino Berdasarkan Prinsip Desain Visual
Untuk Meningkatkan *Brand Image*
Penulis : Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM : 2370404112
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

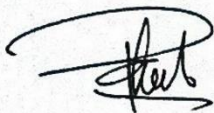
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu,
tanggal 08 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 197606112009122002

Anggota 1



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

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Konten Media Sosial Caffino
Berdasarkan Prinsip Desain Visual Untuk Meningkatkan
Brand Image
Penulis : Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM : 2370404112
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Jefri Rahmadian, S.Kom, M.Kom.
NIDN: 0328087601

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	: Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM	: 2370404112
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Visual Konten Media Sosial Caffino Berdasarkan Prinsip Desain Visual Untuk Meningkatkan Brand Image 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,



Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM: 2370404112

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama	: Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM	: 2370404112
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

demikian 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: Perancangan Visual Konten Media Sosial Caffeino Berdasarkan Prinsip Desain Visual Untuk Meningkatkan *Brand Image* 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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir
NIM: 2370404112

ABSTRAK

Caffino is a ready-to-drink coffee brand that utilizes Instagram as a communication and promotional medium. However, its previous social media visuals had not fully reflected the intended brand character, making visual development necessary to better align with the brand identity and target audience. This final project aimed to design Caffino's social media visual content based on visual design principles to support the strengthening of its brand image. The methods used included observation, interviews, literature study, documentation, and an audience perception survey, while the design process was carried out through the pre-production, production, and post-production stages. The visual design principles applied consisted of visual hierarchy, contrast, emphasis, unity, and balance. The evaluation results showed improvements in reach, engagement, followers, the number of male audiences reached, and audience perceptions of the developed visuals in supporting the strengthening of Caffino's brand image. Based on these findings, the visual development demonstrated positive indications in supporting the strengthening of Caffino's brand image as a coffee brand that is bolder, more energetic, and masculine.

Keywords: *social media, Instagram, visual design, brand image, Caffino*

Caffino merupakan *brand* kopi *ready-to-drink* yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dan promosi. Namun, visual media sosial yang digunakan sebelumnya belum sepenuhnya mencerminkan karakter *brand* yang ingin dibangun sehingga diperlukan pengembangan visual yang lebih sesuai dengan identitas *brand* dan target audiens. Tugas akhir ini bertujuan merancang visual konten media sosial Caffino berdasarkan prinsip desain visual untuk mendukung penguatan *brand image*. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi, dan survei persepsi audiens, sedangkan proses perancangan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Prinsip desain visual yang diterapkan meliputi hierarki visual, kontras, penekanan, kesatuan, dan keseimbangan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan *reach*, *engagement*, *followers*, jumlah audiens laki-laki yang berhasil dijangkau, serta persepsi audiens terhadap visual hasil pengembangan dalam mendukung penguatan *brand image* Caffino. Berdasarkan hasil tersebut, pengembangan visual yang dilakukan menunjukkan indikasi positif dalam mendukung penguatan *brand image* Caffino sebagai *brand* kopi yang lebih *bold*, energik, dan maskulin.

Kata Kunci: media sosial, Instagram, desain visual, *brand image*, Caffino

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 *Digital Designer* Hakuodo Digital. Tugas akhir ini, penulis beri judul “Perancangan Visual Konten Media Sosial Caffino Berdasarkan Prinsip Desain Visual Untuk Meningkatkan *Brand Image*”.

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, S.T., Mak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik.
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. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Dr. Handika Dany Rahmayanti S.Si., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1

Tugas Akhir.

8. Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Muhammad Ilham Rambe sebagai *Art Director* Hakuodo Digital.
11. Seluruh karyawan Hakuodo Digital yang telah membantu dalam kegiatan Praktik Industri.
12. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
13. Widya Nitantika sebagai pasangan penulis yang selalu menemani serta memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
14. Teman-teman Bergerak Digital (Farid, Maira, Annas, Chinta, Fariza, Jihan, Iqbal, Nalla, dan Genta) yang telah berjuang menyelesaikan tugas bersama.

Jakarta, 12 Juni 2026,



Raden Aria Naiza Ghazali Giani Abdul Kadir,

NIM: 2370404112

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Desain Komunikasi Visual.....	10
B. Prinsip Desain Visual	11
C. <i>Brand Image</i>	13
D. Media Sosial.....	15
E. Konten Media Sosial	17
F. <i>Engagement</i> Media Sosial	19
G. <i>Artificial Intelligence</i> dalam Desain Visual	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data/ Objek Penulisan	22
1. Profil Perusahaan	22

2. Visi dan Misi Perusahaan	25
3. Layanan Perusahaan	27
4. Struktur Organisasi Perusahaan	28
5. Posisi Penulis sebagai <i>Digital Designer</i>	33
6. Profil <i>Brand Caffino</i>	37
7. Karakter <i>Brand Caffino</i>	38
8. Analisis <i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Brand Caffino</i>	39
9. Objek Penulisan	44
B. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Observasi.....	45
2. Wawancara.....	45
3. Studi Pustaka.....	46
4. Dokumentasi	47
5. Survei Persepsi Audiens	47
C. Ruang Lingkup	48
1. Peran Penulis	48
2. Kategori Pekerjaan	48
3. Batasan Pekerjaan	49
4. Ide Kreatif	50
D. Langkah Kerja	51
1. Pra Produksi	51
2. Produksi/Pelaksanaan.....	52
3. Pascaproduksi/Evaluasi	53
BAB IV PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Pengembangan Visual	55
B. Tahap Pra-Produksi.....	57
C. Tahap Produksi.....	61
1. Perancangan Konsep Visual.....	61
2. Pengembangan Aset Visual.....	63
3. Penyusunan <i>Layout</i>	66

4. Hasil Desain <i>Final</i>	68
D. Tahap Pascaproduksi	70
1. Proses Revisi Desain.....	70
2. <i>Approval</i> dan Publikasi Konten.....	71
E. Evaluasi Hasil Pengembangan Visual	72
1. Evaluasi Performa Instagram <i>Feed</i>	72
2. Evaluasi Kesesuaian Target Audiens	76
3. Evaluasi Penerapan Prinsip Desain Visual.....	78
4. Evaluasi Persepsi Audiens terhadap Hasil Pengembangan Visual	81
5. Evaluasi Pengembangan Visual terhadap <i>Brand Image</i>	87
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis <i>Segmenting</i> Caffino	40
Tabel 2 Analisis <i>Targeting</i> Caffino	41
Tabel 3 Analisis <i>Positioning</i> Caffino	43
Tabel 4 Perbandingan Performa Instagram <i>Feed</i>	73
Tabel 5 Perbandingan Demografi Audiens Instagram Caffino.....	76
Tabel 6 Penerapan Prinsip Desain Visual pada Konten Akal-Akalan Karyawan ...	79
Tabel 7 Karakteristik Responden	82
Tabel 8 Hasil Survei Persepsi Audiens.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Analisis Audiens dan Arahan Pengembangan Visual	5
Gambar 2 Visual Konten Instagram Caffino sebelum perancangan.....	5
Gambar 3 Hakuhodo International Indonesia Network	23
Gambar 4 Logo Hakuhodo Digital Indonesia	24
Gambar 5 Klien Hakuhodo Digital Indonesia.....	25
Gambar 6 Struktur Organisasi Hakuhodo Digital Indonesia.....	29
Gambar 7 Struktur <i>Unit Kerja</i> Divisi <i>Creative</i>	33
Gambar 8 Logo <i>Brand</i> Caffino	38
Gambar 9 Produk <i>Ready-to-Drink</i> Caffino	39
Gambar 10 Bagan Langkah Kerja Perancangan Visual Media Sosial Caffino	51
Gambar 11 Visual Media Sosial Caffino setelah Pengembangan Visual	56
Gambar 12 <i>Moodboard</i> Pengembangan Visual Media Sosial Caffino.....	58
Gambar 13 Referensi Visual Pendukung.....	60
Gambar 14 Konten Akal-Akalan Karyawan	63
Gambar 15 Proses Pengembangan Aset Visual Menggunakan ChatGPT & Gemini	64
Gambar 16 Proses Pemilihan Aset Visual.....	65
Gambar 17 Proses Penyusunan <i>Layout</i> Konten Akal-Akalan Karyawan.....	66
Gambar 18 Desain <i>Final</i> Konten Akal-Akalan Karyawan.....	69
Gambar 19 Proses Revisi Desain Konten Akal-Akalan Karyawan	71
Gambar 20 Konten Akal-Akalan Karyawan yang Telah Dipublikasikan	72
Gambar 21 Data Performa Instagram <i>Feed</i> Caffino Periode Februari 2026	75
Gambar 22 Data Performa Instagram <i>Feed</i> Caffino Periode April 2026	75
Gambar 23 Penerapan Prinsip Desain Visual pada Konten Akal-Akalan Karyawan	79
Gambar 24 Hasil Survei Persepsi Audiens terhadap Karakter <i>Brand</i> Caffino	84
Gambar 25 Hasil Survei Persepsi Audiens terhadap Pengurangan Kesan Feminim	85
Gambar 26 Hasil Survei Persepsi Audiens terhadap Penguatan <i>Brand Image</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	94
Lampiran 2 Lembar Pembimbing TA.....	97
Lampiran 3 Surat Keterangan Magang	99
Lampiran 4 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir	100
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	102
Lampiran 6 Sertifikat Kompetensi	103
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	104