

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN BERBASIS IDENTITAS VISUAL UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA *PLATFORM* INSTAGRAM @DITJENBINAKEUDA

Diajukan sebagai salah satu persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh :

VERENA AULIA SYARVYN

NIM : 2370404148

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Berbasis Identitas Visual Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Pada *Platform* Instagram @ditjenbinakeuda
Penulis : Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari
Kamis, tanggal 16 Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
NIP. 196204291985012001

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIDN. 070450023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi.



Immanuel Ronald David M., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Berbasis Identitas Visual Untuk
Meningkatkan Engagement Publik Pada Platform Instagram
@Ditjenbinakeuda
Penulis : Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing 1



Tipri Rose Kartika, S.E., M.M
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIDN. 070450023

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: PERANCANGAN KONTEN BERBASIS IDENTITAS VISUAL UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA PLATFORM INSTAGRAM @DITJENBINAKEUDA 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, 9 Juli 2026
Yang menyatakan,


88C51AOX025344878
Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148

HALAMAN PERNYATAAN PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148
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: PERANCANGAN KONTEN BERBASIS IDENTITAS VISUAL UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA *PLATFORM* INSTAGRAM @DITJENBINAKEUDA 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, 9 Juli 2026
Yang menyatakan,


Verena Aulia Syarvyn
NIM : 2370404148

ABSTRAK

The development of social media has encouraged government institutions to deliver information through engaging content with a consistent visual identity to support public information dissemination. Based on the observation results, the implementation of visual identity on the Instagram account @ditjenbinakeuda is still inconsistent, as reflected in the use of logos, mandatory social media elements, colors, typography, and graphic elements that are not yet uniform, thereby affecting the visual appeal and audience engagement. This final project aims to analyze the initial condition of the content, design visual identity-based content, and evaluate the improvement in engagement. This study applies the principles of design and design elements as its theoretical foundation. The data collection methods used were participant observation and literature review, while the design method employed was project-based. The content design process consisted of preparing a design brief, brainstorming, collecting assets and visual references, designing, conducting design reviews, revising the design, uploading the files to Google Drive, publishing the content on Instagram, and evaluating the content. The results showed an increase of 49.7% in impressions, 44.5% in reach, and 108.8% in content interactions. The Engagement Rate by Reach (ERR) results were 2.96% for informative content, 3.31% for documentation content, and 6.09% for educational content, indicating an improvement in the engagement rate. Therefore, the implementation of visual identity based content on the Instagram platform @ditjenbinakeuda successfully increased the engagement rate.

Keywords: *Visual Identity, Instagram, Social Media Content, Engagement, Engagement Rate by Reach (ERR).*

Perkembangan media sosial mendorong instansi pemerintah untuk menyampaikan informasi melalui konten yang menarik dan memiliki identitas visual yang konsisten guna mendukung penyampaian informasi kepada publik. Berdasarkan hasil observasi, penerapan identitas visual pada akun instagram @ditjenbinakeuda masih belum konsisten, terlihat dari penggunaan logo, *mandatory* media sosial, warna, tipografi, dan elemen grafis yang belum seragam sehingga memengaruhi daya tarik visual dan *engagement* audiens. Tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis kondisi awal konten, merancang konten berbasis identitas visual, serta mengevaluasi peningkatan *engagement*. Penulisan ini menggunakan teori prinsip desain dan elemen desain. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi partisipatif dan studi pustaka, sedangkan metode penulisan perancangan menggunakan *project based*. Perancangan konten dilakukan melalui proses *design brief*, *brainstorming*, mencari aset dan referensi visual, proses desain, *design review*, revisi desain, unggah file ke google drive, publikasi ke instagram dan evaluasi konten. Hasil perancangan menunjukkan peningkatan tayangan sebesar 49,7%, jangkauan 44,5%, dan interaksi konten 108,8%. Hasil *Engagement Rate by Reach* menunjukkan nilai 2,96% pada konten informatif, 3,31% pada konten dokumentasi, dan 6,09% pada konten edukatif yang menunjukkan adanya peningkatan *engagement rate*. Artinya, perancangan konten berbasis identitas visual pada platform Instagram @Ditjenbinakeuda, berhasil meningkatkan *engagement rate*

Kata Kunci: *Identitas Visual, Instagram, Konten Media Sosial, Engagement, Engagement Rate by Reach (ERR).*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Graphic Designer* yang bertugas dalam proses perancangan dan pembuatan konten berbasis identitas visual. Penulis menyusun laporan dengan judul: **“PERANCANGAN KONTEN BERBASIS IDENTITAS VISUAL UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE PADA PLATFORM INSTAGRAM @DITJENBINAKEUDA.”**

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan dan Umum;
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni;
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi;
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan;

8. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis;
 9. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis;
 10. Jhon Roy H. Siagian, S.T., selaku Pembimbing Industri yang telah memberikan pengalaman, ilmu, dan bimbingan selama proses perancangan karya di Direktorat Jenderal Bina Keuangan Daerah, Kementerian Dalam Negeri;
 11. Seluruh rekan kerja di Direktorat Jenderal Bina Keuangan Daerah, Kementerian Dalam Negeri yang telah membantu penulis dalam proses adaptasi serta berbagi pengalaman selama kegiatan berlangsung;
 12. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Periklanan yang telah memberikan ilmu dan bekal yang berharga selama masa perkuliahan;
 13. Keluarga tersayang, Ibu, Ayah, Adik, yang selalu menyemangati penulis dikala penulis kehilangan motivasi dan percaya diri, terima kasih sudah selalu menemani, mengerti, dan selalu ada di setiap langkah penulis;
 14. Partner penulis, Muhammad Ihsan, terima kasih telah menjadi partner seperjuangan, partner diskusi yang luar biasa. Semoga apa yang kita usahakan hari ini, menjadi cerita sukses dimasa depan;
 15. Terakhir, teman-teman YMMA, yaitu Dhisa, Mutia, Felisah, Dinda, dan Kayra, khususnya Dhisa yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
- Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penulisan laporan Tugas Akhir ini. Akhir kata, semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 10 Juni 2026

Penulis



Verena Aulia Syarvyn
NIM 2370404148

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERNYATAAN <i>ORISINALITAS</i> TUGAS AKHIR DAN.....	iv
BEBAS <i>PLAGIARISME</i>	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Visual.....	8
B. <i>Brand</i>	8
C. Media Sosial.....	13
D. <i>Engagement</i> Media Sosial Instagram.....	15

E. Desain Grafis.....	17
F. Proses Kreatif.....	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
A. Data Instansi.....	24
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
C. Ruang Lingkup.....	29
D. Langkah Kerja.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Sosial Media Ditjen Bina Keuda.....	34
B. Media Sosial Ditjen Bina Keuda.....	35
C. Gambaran Umum Pekerjaan	38
D. Analisis Kondisi Awal Konten Instagram @ditjenbinakeuda	39
E. Proses Perancangan Konten Berbasis Identitas Visual	50
F. Hasil, Pembahasan Pekerjaan, Analisis Elemen dan Prinsip Desain	60
G. Analisis dan Evaluasi <i>Engagement</i>	75
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Nilai ERR.....	17
Tabel 2. Analisis Engagement Sebelum Perancangan	49
Tabel 3. Perbandingan Engagement Sebelum dan Sesudah Perancangan	76
Tabel 4. Analisis Konten Informatif Setelah Dipegang Penulis	76
Tabel 5. Analisis Konten Dokumentasi Setelah Dipegang Penulis	78
Tabel 6. Analisis Konten Edukatif Setelah Dipegang Penulis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia Sumber	2
Gambar 2 Jumlah Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia	2
Gambar 3. Logo Ditjen Bina Keuda	24
Gambar 4. Struktur Ditjen Bina Keuda	25
Gambar 5. Langkah Kerja	31
Gambar 6. Logo Keuda Digital	34
Gambar 7. Instagram @ditjenbinakeuda	35
Gambar 8. Youtube @ditjenbinakeuda	36
Gambar 9. TikTok @KeudaUpdate	37
Gambar 10. Website https://keuda.kemendagri.com/	38
Gambar 11. Logo Ditjen Bina Keuda	39
Gambar 12. Palet Warna Konten Instagram @ditjenbinakeuda	40
Gambar 13. Tipografi Pada Konten Instagram @ditjenbinakeuda	41
Gambar 14. Mandatory Pada Konten Instagram @ditjenbinakeuda	41
Gambar 15. Ilustrasi dan Elemen Grafis Konten Instagram @ditjenbinakeuda ...	42
Gambar 16. Penggunaan Logo Pada Konten Instagram @ditjenbinakeuda	43
Gambar 17. Penggunaan dan Peletakan Mandatory Pada Konten Instagram @ditjenbinakeuda	44
Gambar 18. Layout Desain Pada Konten Instagram @ditjenbinakeuda	44
Gambar 19. Konten Informatif Sebelum dipegang oleh Penulis	45
Gambar 20. Konten Dokumentasi Sebelum dipegang oleh Penulis	46
Gambar 21. Analisis Instagram Insight Sebelum dipegang oleh Penulis Periode 2 Juli – 2 Desember 2025	47
Gambar 22. Analisis Insight Konten Informasi dan Dokumentasi Sebelum dipegang Penulis	48
Gambar 23. Langkah Kerja	50
Gambar 24. Design Brief	51
Gambar 25. Brainstorming dengan Tim	52
Gambar 26. Brainstorming dengan AI	52
Gambar 27. Mencari Referensi Konten	53

Gambar 28. Mengumpulkan Aset Konten	54
Gambar 29. Aplikasi Canva dan Membuat Artboard.....	55
Gambar 30. Memasukan Foto dan Aset Visual	56
Gambar 31. Layout Desain	56
Gambar 32. Menerapkan Identitas Visual.....	57
Gambar 33. Menyimpan File Desain	58
Gambar 34. Design Review	58
Gambar 35. Revisi dan Hasil Revisi Desain	59
Gambar 36. Unggah File Ke Google Drive	60
Gambar 37. Konten Informatif Single Post.....	61
Gambar 38. Penerapan Identitas Visual Pada Konten Informatif Single Post.....	62
Gambar 39. Penerapan Elemen Desain “Garis” Pada Konten Informatif Single Post.....	63
Gambar 40. Penerapan Elemen Desain “Bentuk” Pada Konten Informatif Single Post.....	63
Gambar 41. Penerapan Elemen Desain “Ruang” Pada Konten Informatif Single Post.....	64
Gambar 42. Penerapan Elemen Desain "Warna" Pada Konten Informatif Single Post.....	64
Gambar 43. Penerapan Prinsip Desain "Emphasis" Pada Konten Informatif Single Post.....	65
Gambar 44. Penerapan Prinsip Desain "Contrast" Pada Konten Informatif Single Post.....	65
Gambar 45. Penerapan Prinsip Desain "Proportion" Pada Konten Informatif Single Post.....	66
Gambar 46. Konten Dokumentasi Carousel Post.....	66
Gambar 47. Penerapan Identitas Visual Pada Konten Dokumentasi Carousel Post	67
Gambar 48. Penerapan Elemen Desain "Warna" Pada Konten Dokumentasi Carousel Post.....	67

Gambar 49.Penerapan Elemen Desain "Ruang" Pada Konten Dokumentasi Carousel Post.....	68
Gambar 50.Penerapan Elemen Desain "Bentuk" Pada Konten Dokumentasi Carousel Post.....	68
Gambar 51.Penerapan Prinsip Desain "Balance" Pada Konten Dokumentasi Carousel Post.....	69
Gambar 52.Penerapan Prinsip Desain "Proportion" Pada Konten Instagram Dokumentasi	69
Gambar 53.Penerapan Prinsip Desain "Ryhtm" Pada Konten Dokumentasi Carousel Post.....	70
Gambar 54.Konten Edukasi Carousel Post Sumber : Hasil Pengolahan Penulis..	70
Gambar 55.Penerapan Identitas Visual Pada Konten Edukatif Carousel Post	71
Gambar 56.Penerapan Elemen Desain "Bentuk" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	72
Gambar 57. Penerapan Elemen Desain "Ruang" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	72
Gambar 58.Penerapan Elemen Desain "Warna" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	73
Gambar 59. Penerapan Prinsip Desain "Hierarchy" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	73
Gambar 60.Penerapan Prinsip Desain "Balance" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	74
Gambar 61.Penerapan Prinsip Desain "Emphasis" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	74
Gambar 62.Penerapan Prinsip Desain "Rhythm" Pada Konten Edukatif Carousel Post.....	75
Gambar 63. Perbandingan Engagement Sebelum dan Sesudah Perancangan	75
Gambar 64. Analisis Konten Informatif Setelah Dipegang Penulis	77
Gambar 65.Analisis Konten Dokumentasi Setelah Dipegang Penulis.....	78
Gambar 66.Analisis Konten Edukatif Setelah Dipegang Penulis	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	88
Lampiran 2. Lembar Bimbingan 1	90
Lampiran 3. Lembar Bimbingan 2	91
Lampiran 4. Sertifikat Magang PI.....	92
Lampiran 5. Hasil Karya	93
Lampiran 6. Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait TA	94