

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN VISUAL FEED

BERBASIS *VISUAL HIERARCHY*

DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

PADA AKUN INSTAGRAM @souprestaurent

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya
(A.Md.Ikom)



DISUSUN OLEH:

JANNAH BAGOES TUGISMEDI

NIM:2370404059

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

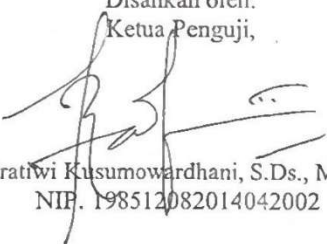
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONTEN VISUAL *FEED*
BERBASIS VISUAL *HIERARCHY*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA AKUN INSTAGRAM @souplestaurant

Penulis : Jannah Bagoes Tugismedi
NIM : 2370404059
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari/tgl., tanggal 13.. Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Pratiwi Kusumowardhani, S.Ds., M.Ds
NIP. 198512082014042002

Anggota 1



Jefri Rahmadian, M.Kom.
NIDN. 0328087601

Anggota 2



Rezki Aulia, M.I.Kom.
NIP. 1996062820250601004

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Jannah Bagoes Tugismedi
NIM : 2370404059
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan di setujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di peasta.....12 Juni.....2026.....

Pembimbing I



Zaenal Muttaqien, M. Art. Let. Lang
NIP. 198712102020121008

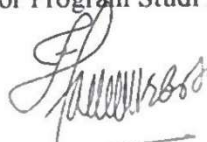
Pembimbing II



Rezki Aulia, M.I.Kom.
NIP.199606282025060100

4

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:Jannah Bagoes Tugismedi
NIM	:2370404059
Program Studi	:Periklanan
Jurusan	:Komunikasi
Tahun Akademik	:2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: "**PEMBUATAN KONTEN VISUAL FEED BERBASIS VISUAL HIERARCHY DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA AKUN INSTAGRAM @souplestaurant**" adalah orisinal, 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Jannah Bagoes Tugismedi
NIM: 2370404059

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Jannah Bagoes Tugismedi
NIM : 2370404059
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 FEED BERBASIS *VISUAL HIERARCHY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA AKUN INSTAGRAM @souplestaurant"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 11 Juni 2026
Yang menyatakan,



Jannah Bagoes Tugismedi
NIM: 2370404059

ABSTRACT

The culinary industry in Jakarta is highly competitive, requiring restaurants to optimize digital media to attract consumers. Instagram plays an important role in building brand awareness through visual content. However, the @souplestaurant Instagram account had not optimally applied visual hierarchy principles, resulting in ineffective message delivery. This study aims to explain the process of designing Instagram feed content based on visual hierarchy to increase Soup Restaurant's brand awareness. The design integrates six visual hierarchy principles—size, color and contrast, position, typography, whitespace, and alignment—with the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model. The process consisted of pre-production, production using Adobe Photoshop, and post-production. The implementation results indicate that applying visual hierarchy improved the effectiveness of visual communication and audience engagement. Based on Instagram Insight data, impressions increased by 13.4%, accounts reached by 146.9%, profile visits by 22.8%, and likes by 2,400%. Therefore, visual hierarchy-based Instagram feed content effectively expands audience reach, encourages interaction, and strengthens Soup Restaurant's brand awareness.

Keywords: *Brand Awareness, Content Design, Instagram Feed, AISAS Model, Visual Hierarchy*

ABSTRAK

Industri kuliner di Jakarta memiliki tingkat persaingan yang tinggi sehingga pelaku usaha perlu memanfaatkan media digital untuk meningkatkan daya saing. Instagram menjadi platform penting dalam membangun *brand awareness* melalui konten visual. Namun, akun Instagram @souplestaurant belum menerapkan prinsip *visual hierarchy* secara optimal sehingga penyampaian pesan belum efektif. Penulisan ini bertujuan menjelaskan proses pembuatan konten *feed* Instagram berbasis *visual hierarchy* untuk meningkatkan *brand awareness* Soup Restaurant. Perancangan mengintegrasikan enam prinsip *visual hierarchy*, yaitu ukuran, warna dan kontras, posisi, tipografi, ruang kosong, serta penyelarasan dengan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Tahapan perancangan meliputi praproduksi, produksi menggunakan Adobe Photoshop, dan pascaproduksi. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan tayangan sebesar 13,4%, akun dijangkau 146,9%, kunjungan profil 22,8%, dan *like* sebesar 2.400%. Dengan demikian, penerapan *visual hierarchy* pada konten *feed* Instagram mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, memperluas jangkauan audiens, meningkatkan interaksi, serta mendukung *brand awareness* Soup Restaurant.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Desain Konten, Feed Instagram, Model AISAS, Visual Hierarchy*

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PEMBUATAN KONTEN VISUAL FEED BERBASIS *VISUAL HIERARCHY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA AKUN INSTAGRAM @souprestaurent”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir;
2. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
4. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom Sekretaris Program Studi Periklanan;

7. Zaenal Muttaqien, M. Art. Let. Lang. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
8. Rezki Aulia, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini;
9. Kepada kedua orang tua tercinta, yang memilih tetap menjadi langit ketika penulis belajar terbang, menjadi pelabuhan ketika penulis kembali, dan menjadi doa yang tak pernah lelah mengiringi setiap perjalanan. Terima kasih atas kasih yang tak bersyarat, sebab di balik setiap keberhasilan penulis selalu ada ketulusan yang mereka sembunyikan dalam diam. Setiap doa yang dipanjatkan, setiap pengorbanan yang tak pernah diperhitungkan, serta setiap harapan yang dititipkan telah menjadi kekuatan yang membawa penulis mampu melewati setiap rintangan hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena selalu percaya pada penulis, bahkan ketika penulis sendiri dipenuhi keraguan.
10. Saudara laki-laki penulis, yang menjadi penyemangat di setiap langkah, penguat di setiap keraguan, serta senantiasa menghadirkan dukungan, arahan, dan motivasi hingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini;
11. Cinta Syafa Aulia yang selalu menemani, memberikan dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan laporan, serta

menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk terus melangkah dan meraih cita-cita di masa depan.

12. Kepada Bagas Widiyanto dan Audreic Faiz yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dan memberikan masukan yang menjadi bagian penting dalam tugas akhir ini;
13. Seluruh anggota Grup Tugas Masseh yang telah memberikan bantuan, masukan, dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
14. Seluruh mahasiswa Program Studi Periklanan Angkatan 2023 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis serta memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran yang berharga;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di masa mendatang.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, khususnya dalam bidang periklanan, pemasaran digital, serta dapat menjadi referensi bagi tugas akhir dan pengembangan karya sejenis di masa mendatang

Jakarta 9 Juli 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jannah Bagoes Tugismedi', with a stylized flourish at the end.

Jannah Bagoes Tugismedi

NIM. 2370404059

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi	8
B. Komunikasi Pemasaran	9
C. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	10
D. Media Sosial (<i>Social Media</i>).....	11
E. Instagram.....	12
F. Feed Instagram	13
G. AISAS	15
H. Prinsip Prinsip Desain	17
I. Hirarki Visual (<i>Visual Hierarchy</i>)	18

BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data Perusahaan.....	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	26
C. Ruang Lingkup.....	29
D. Langkah Kerja.....	33
BAB IV PEMBAHASAN	40
A. Hasil Tahap Pra Produksi.....	40
B. Hasil Tahap Produksi	56
C. Hasil Tahap Pasca Produksi	78
BAB V PENUTUP	90
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penerapan AISAS dalam desain	52
Tabel 2 Penerapan Prinsip <i>Visual Hierarchy</i> pada Konten Visual Soup Restaurant.	72
Tabel 3 Tabel <i>Insight</i> Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pembuatan.....	81
Tabel 4 Perbandingan <i>Insight</i> Konten Sebelum dan Sesudah Implementasi.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan	22
Gambar 2 Bagan Langkah Kerja.....	33
Gambar 3 kondisi awal feed instagram soup restaurant.....	41
Gambar 4 Profil Instagram Soup Restaurant	42
Gambar 5 <i>Insight</i> Sebelum Pembuatan Pada 23 April – 24 Mei	43
Gambar 6 Brief dari Mentor.....	45
Gambar 7 Mencari Referensi Pengambilan Gambar dari Pinterest	47
Gambar 8 Pembuatan Sketsa Konten	48
Gambar 9 Penyusunan <i>Shot List</i> Menggunakan Bantuan Claude AI.....	50
Gambar 10 Persiapan Peralatan Pengambilan Gambar.....	57
Gambar 11 Penulis Mengambil Gambar di Soup Restaurant Plaza Indonesia	58
Gambar 12 Seleksi Gambar di Adobe Lightroom.....	59
Gambar 13 Penyuntingan Gambar di Adobe Lightroom	61
Gambar 14 Pemotongan Gambar di Adobe Lightroom	62
Gambar 15 Hasil Sebelum dan Sesudah Penyuntingan Gambar	63
Gambar 16 Pengelompokan <i>Export</i> Foto ke Dalam Folder	63
Gambar 17 Penentuan Ukuran Kanvas pada Adobe Photoshop	65
Gambar 18 Memasukkan Aset Foto ke dalam Adobe Photoshop	66
Gambar 19 Penyusunan Tata Letak Konten Visual pada Adobe Photoshop	67
Gambar 20 Menyusun Hierarki Informasi di Adobe Photoshop	68
Gambar 21 Penambahan Logo Soup Restaurant pada Adobe Photoshop.....	70
Gambar 22 Melakukan <i>Export</i> Konten Visual.....	71
Gambar 23 Pengiriman Konten Visual melalui WhatsApp kepada Mentor	76
Gambar 24 Revisi dari Mentor Memberikan Referensi AI.....	77
Gambar 25 Pengunggahan Hasil Konten Visual ke Google Drive	78
Gambar 26 Data Instagram <i>Insight</i> Sebelum Penerapan (25 April–24 Mei)	80
Gambar 27 Data Instagram <i>Insight</i> Sesudah Penerapan (25 Mei–23 Juni)	81
Gambar 28 <i>Insight</i> Konten Sebelum Penerapan (25 April–24 Mei).....	85

Gambar 29 <i>Insight</i> Konten Sesudah Penerapan (25 Mei–23 Juni)	86
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	96
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I.....	99
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I.....	100
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	101
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara.....	117
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	118
Lampiran 7 Sertifikat Praktik Industri	119
Lampiran 8 Lembar Cek Plagiarisme	120