

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN DESAIN VISUAL KONTEN BERBASIS VISUAL
GUIDELINE UNTUK MEMPERTAHANKAN BRAND IDENTITY PADA
INSTAGRAM @IDNTIMES

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar (A.Md)



Oleh:

MUHAMMAD RAFLY WAHID

NIM : 2370404093

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

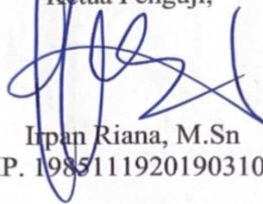
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Konten Berbasis Visual
Guideline untuk Mempertahankan *Brand Identity* pada Instagram @idntimes

Penulis : Muhammad Rafly Wahid
NIM : 2370404093
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

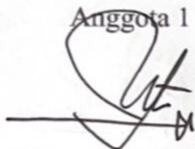
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 15 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Irpan Riana, M.Sn
NIP. 198511192019031010

Anggota 1



Muhammad Nur, M.Kom
NUPTK. 0052744645130103

Anggota 2



Rezki Aulia, M.I.Kom
NIP. 1996062820250601004

Mengetahui, Ketua
Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Konten Berbasis Visual
Guideline untuk Mempertahankan Brand Identity pada Instagram @idntimes

NIM 2370404093

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing 1  ZAENAL MUTTAQIEN, M. Artetiang NIP. 198712102020121008	Pembimbing 2  Rezki Aulia, M.IKom NIP. 1996062820250601004
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	: Muhammad Rafly Wahid
NIM	: 2370404093
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
“Pembuatan Desain Visual Konten Berbasis Visual Guideline untuk
Mempertahankan Brand Identity pada Instagram @idntimes” **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, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rafly Wahid

NIM: 2370404093

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama	: Muhammad Rafly Wahid
NIM	: 2370404093
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pembuatan Desain Visual Konten Berbasis Visual Guideline untuk mempertahankan Brand Identity pada Instagram @idntimes”

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, 15 Juli 2026.

Yang menyatakan.

 *la tangan*

Muhammad Rafly Wahid
NIM: 2370404093

ABSTRAK

Maintaining brand identity is one of the key factors in building audience trust and brand recognition amid the increasingly competitive digital media landscape. The most effective instrument for achieving this is a well-documented visual guideline. Unfortunately, the Instagram account @idntimes, with more than two million followers, does not yet have a standardized visual guideline as an official reference for its content production process, resulting in visual inconsistencies in typography, color palette, and layout composition across its posts. Therefore, this Final Project is specifically designed to describe the process of creating visual content designs for @idntimes based on IDN Times' visual guideline. Using a work-flow approach covering pre-production, production, and post-production stages, more than twenty feed content designs were produced during the February–April 2026 period, all adhering to the established guideline for logo, color, typography, and grid systems. The results show that the application of the visual guideline successfully maintained visual consistency and was followed by a significant increase in audience engagement, with likes rising from 60 to 1,500 and reach growing from 1,820 to 295,365 views.

Keywords: Instagram, visual guideline, brand identity, content design.

Membangun konsistensi *brand identity* merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan pengenalan audiens di tengah persaingan media digital yang semakin ketat. Instrumen paling efektif untuk mencapai hal tersebut adalah *visual guideline* yang terdokumentasi dengan baik. Sayangnya, akun Instagram @idntimes yang telah memiliki lebih dari dua juta pengikut ini belum memiliki *visual guideline* yang baku sebagai acuan resmi dalam proses produksi kontennya, sehingga menimbulkan inkonsistensi visual pada tipografi, palet warna, dan komposisi tata letak di setiap unggahan. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini dirancang khusus untuk mendeskripsikan proses pembuatan desain visual konten @idntimes yang berlandaskan *visual guideline* IDN Times. Menggunakan pendekatan alur kerja yang mencakup tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dihasilkan lebih dari dua puluh desain konten *feeds* selama periode Februari -April 2026, seluruhnya berpedoman pada panduan logo, warna, tipografi, dan sistem grid yang telah ditetapkan. Hasil menunjukkan bahwa penerapan *visual guideline* tersebut berhasil mempertahankan konsistensi visual serta diikuti oleh peningkatan signifikan pada *engagement* audiens, dengan jumlah *likes* naik dari 60 menjadi 1.500 dan *reach* meningkat dari 1.820 menjadi 295.365 *views*.

Kata kunci: Instagram, *visual guideline*, *brand identity*, desain konten.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Pembuatan Desain Visual Konten Berbasis Visual Guideline untuk Mempertahankan Brand Identity pada Instagram @idntimes" dengan baik. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Diploma 3, Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penulis menyadari bahwa proses penelitian dan perancangan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan banyak pihak. Dukungan tersebut sangatlah berarti, khususnya dalam membantu penulis memahami proses produksi desain visual konten media sosial selama Praktik Industri sebagai Creative Visual di IDN Times, hingga mengaplikasikan visual guideline untuk mempertahankan brand identity pada akun Instagram @idntimes.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah S.W.T yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang
2. Dwi Riyono ST. M.Ak. Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
4. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T. selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Umum.
5. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
6. Dwi Mandasari Rahayu, S.P., M.M., selaku Kepala Pusat Penjaminan Mutu dan Pengembangan Pembelajaran.
7. Widi Sriyanto, S.Pd., M.Pd. selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
8. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.

9. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
10. Rezki Aulia, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang membantu dalam menyelesaikan penulisan ini
11. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
12. Para staff Jurusan Komunikasi dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
13. Kedua orang tua, Ayah dan Ibuku tercinta, yang telah berjuang merawat, mengasihi, dan mendidik penulis sejak kecil hingga dapat menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
14. Nazwa Azilla Marsya, yang selalu setia menemani dan memberikan semangat kepada penulis dalam menjalani proses perkuliahan maupun Praktik Industri ini.
15. Nouval, Dzaky, dan Andro, sahabat yang selalu menemani dan mengisi hari-hari penulis selama masa perkuliahan dengan dukungan yang tulus.
16. Seluruh teman-teman keluarga besar Program Studi Periklanan dan BEM PoliMedia, yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh pendidikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini belum sempurna dan masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran untuk lebih menyempurnakan laporan ini agar lebih bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 29 Juni 2026



Muhammad Rafly Wahid
NIM. 2370404093

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<i>A. Latar Belakang</i>	<i>1</i>
<i>B. Identifikasi Masalah</i>	<i>4</i>
<i>C. Batasan Masalah</i>	<i>4</i>
<i>D. Rumusan Masalah</i>	<i>4</i>
<i>E. Tujuan Penulisan</i>	<i>5</i>
<i>F. Manfaat Penulisan</i>	<i>5</i>
<i>1. Bagi Penulis</i>	<i>5</i>
<i>2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif</i>	<i>6</i>
<i>3. Bagi Masyarakat</i>	<i>6</i>
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
<i>A. Komunikasi</i>	<i>7</i>
<i>B. Periklanan</i>	<i>7</i>
<i>C. Media Sosial</i>	<i>8</i>
<i>D. Brand Identity.....</i>	<i>10</i>
<i>E. Visual Guideline</i>	<i>11</i>
<i>F. Desain Grafis.....</i>	<i>13</i>
<i>G. Tipografi dalam Desain Visual Konten.....</i>	<i>13</i>
<i>H. Logo dan Sistem Identitas Visual</i>	<i>13</i>
<i>I. Engagement di Media Sosial</i>	<i>14</i>
<i>J. Segmentation, Targeting, Positioning (STP).....</i>	<i>14</i>
<i>K. Estetika dalam Desain Visual.....</i>	<i>16</i>
BAB III.....	17
METODE PELAKSANAAN	17

A.	<i>Data Perusahaan</i>	17
1. Profil Perusahaan		17
2. Lokasi dan Alamat Perusahaan		18
3. Sejarah Perusahaan		18
4. Struktur Organisasi		19
5. Visi dan Misi Perusahaan		20
B. Teknik Pengumpulan Data		20
C. Ruang Lingkup		22
1. Peran Penulis		22
2. Kategori Karya		22
3. Ide Karya		23
D. Langkah Kerja		23
1. Briefing		24
2. Penyesuaian Visual Guideline		25
3. Produksi Desain		25
4. Proses Revisi		26
5. Final Preview		27
6. Approval Desain		28
7. Send File Drive		28
BAB IV		30
PEMBAHASAN		30
A. Gambaran Umum		30
B. Analisis Karya		31
1. Analisis STP		31
2. Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Penerapan Visual Guideline		33
C. Proses Pembuatan Karya		35
D. Penerapan Visual Guideline		39
E. Hasil Penerapan Visual Guideline		43
F. Hasil Engagement		46
G. Konsistensi Visual Feeds sebagai Bukti Keberhasilan Brand Identity		48
H. Top Konten		49
I.	<i>DATA SURVEY</i>	52
BAB V		54
PENUTUP		54
A. Kesimpulan		54
B. Saran		55
DAFTAR PUSTAKA		57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram IDN Times	1
Gambar 1.2 Contoh Konten Tanpa Penerapan Visual Guideline	2
Gambar 3.1 Logo IDN TIMES	13
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan IDN MEDIA	14
Gambar 3.3 Proses Langkah Kerja	18
Gambar 3.4 Briefing Editorial Plan	18
Gambar 3.5 Penyesuaian Desain dengan Visual Guideline	19
Gambar 3.6 Proses Produksi Desain	19
Gambar 3.7 Proses Revisi Desain	20
Gambar 3.8 Proses Final Preview	21
Gambar 3.9 Proses Approval Desain	21
Gambar 3.10 Proses Upload File ke Drive	22
Gambar 4.1 Perbandingan Konten Jadwal Imsakiah Sebelum dan Sesudah	25
Gambar 4.2 Brief Konten dari Tim Social Media	27
Gambar 4.3 Penyesuaian Visual Guideline Sebelum Produksi	28
Gambar 4.4 Proses Produksi Desain	28
Gambar 4.5 Dokumentasi Hasil Desain Konten Feeds	29
Gambar 4.6 Proses Pengarsipan Desain ke Google Drive	30
Gambar 4.7 Panduan Penggunaan Logo IDN Times	31
Gambar 4.8 Sistem Warna Visual Guideline IDN Times	31
Gambar 4.9 Sistem Tipografi Visual Guideline IDN Times	32
Gambar 4.10 Grid Sistem / Lay Out Visual Guideline IDN Times	33
Gambar 4.11 Konten Tematik Hari Raya Idul Fitri	33
Gambar 4.12 Konten Tematik Hari Pers Nasional	34
Gambar 4.13 Konten Tematik Hari Paskah	34
Gambar 4.14 Konten Tematik Selamat Menunaikan Ibadah Puasa	35
Gambar 4.15 Hasil Insight Konten Sebelum Penerapan Visual Guideline	36
Gambar 4.16 Hasil Insight Konten Sesudah Penerapan Visual Guideline	36
Gambar 4.17 Tampilan Grid Feeds Instagram @idntimes (1)	38
Gambar 4.18 Tampilan Grid Feeds Instagram @idntimes (2)	38
Gambar 4.19 Insight Konten Tematik Idul Fitri	39
Gambar 4.20 Insight Konten Tematik Imsakiah	39

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Penerapan.....	34
Table 4.2 Indikator Engagement pada Konten Berbasis Visual Guideline.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	59
Lampiran 2 Surat Bebas Biaya Pendidikan.....	63
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	64
Lampiran 4 Lampiran 4 Kartu Bimbingan Tugas Akhir II.....	65
Lampiran 5 Sertifikat Praktik Industri	66
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	67
Lampiran 7 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	68
Lampiran 8 Sertifikat Kompetensi	69
Lampiran 9 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	70