

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KONTEN VISUAL DENGAN PEMANFAATAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM @mataairpersada**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Ahli Madya



Disusun Oleh :
Muhammad Ihsan
NIM : 2370404090

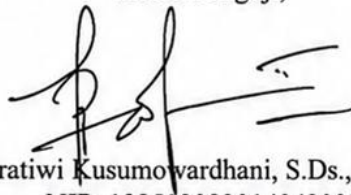
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KONTEN VISUAL DENGAN
PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA
INSTAGRAM @mataairpersada
Penulis : Muhammad Ihsan
NIM : 2370404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

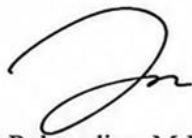
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, tanggal 13 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



Jefri Rahmadian, M.Kom.
NIDN. 0328087601

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Ihsan
NIM : 2370404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di **Jakarta** , **11 Juni 2026**

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si..
NIP. 1997091120250

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN *ORIGINALITAS* TUGAS AKHIR DAN BEBAS *PLAGIARISME*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ihsan
NIM : 2370404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Konten Visual Dengan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram @Mataairpersada **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,



Muhammad Ihsan

NIM : 2370404090

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Ihsan
NIM : 2370404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non- exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: PERANCANGAN KONTEN VISUAL DENGAN PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM @mataairpersada 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,



Muhammad Ihsan

NIM : 2370404090

ABSTRACT

This final project discusses the utilization of Artificial Intelligence (AI) in designing visual content for Instagram @mataairpersada to improve audience engagement. The author acted as a Content Creator involved in content planning, production, publication, and evaluation. The methods used were participant observation and literature review. AI was utilized to support idea development, visual creation, and video production. The results show that AI improved content production efficiency and visual consistency. Content publication increased by 140%, while average likes increased by 0.37%, shares by 2.43%, and views by 226.03%. These findings indicate that AI contributes positively to improving Instagram engagement on @mataairpersada.

Keywords: *Artificial Intelligence, Visual Content, Instagram, Engagement.*

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam perancangan konten visual Instagram @mataairpersada untuk meningkatkan engagement audiens. Penulis berperan sebagai Content Creator yang terlibat dalam proses perancangan, produksi, publikasi, dan evaluasi konten. Metode yang digunakan adalah observasi partisipan dan studi pustaka. AI dimanfaatkan untuk membantu pengembangan ide, pembuatan visual, dan produksi video. Hasil laporan menunjukkan bahwa penggunaan AI meningkatkan efisiensi produksi konten dan konsistensi visual akun. Jumlah publikasi konten meningkat sebesar 140%, sementara rata-rata likes meningkat 0,37%, shares 2,43%, dan views 226,03%. Berdasarkan hasil tersebut, pemanfaatan AI memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan engagement Instagram @mataairpersada.

Kata Kunci: *Artificial Intelligence, Konten Visual, Instagram, Engagement.*

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga laporan Praktik Industri ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan Praktik Industri ini disusun sebagai salah satu syarat penyelesaian mata kuliah Praktik Industri pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi;
4. R. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan;
7. Zaenal Muttaqien, M. Art. Let. Lang, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir I ;
8. Dhiyaa Thurfah Ilaa, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Praktik Industri dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir II;
9. Louise dan ilham selaku Pembimbing Praktik Industri penulis yang telah membimbing penulis selama program Praktik Industri di perusahaan berlangsung.
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Seluruh rekan kerja di PT Mata Air yang bersedia membagikan ilmunya kepada penulis dan membantu penulis dalam beradaptasi selama kegiatan

Praktik Industri berlangsung.

12. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta selalu memanjatkan doa untuk kelancaran penulis dalam menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan dan Praktik Industri penulis.
13. Verena Aulia Syarvyn selaku partner Penulis yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan magang.
14. Teman UKM Renang penulis yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan magang.

Penulis menyadari bahwa laporan Praktik Industri ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan laporan ini. Penulis berharap laporan Praktik Industri ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi yang berguna di masa mendatang.

Jakarta, 30 Juni 2026

Pemulis,



Muhammad Ihsan

NIM. 2370404090

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN <i>ORIGINALITAS</i> TUGAS AKHIR DAN BEBAS <i>PLAGIARISME</i>	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	5
F. Manfaat Penulisan Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Media Sosial.....	6
B. Konten Visual.....	7
C. Strategi Konten Digital	8
D. Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	9
E. Branding dan Brand Identity	10
F. Desain Komunikasi Visual	11
G. <i>Artificial Intelligence</i> (AI) Generatif	12
H. Engagement Social Media	14
I. Cinematic Luxury Architecture sebagai Konsep Sintesis	16
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	19
A. Profil Mata Air Persada	19
B. Teknik Pengumpulan Data	26

C. Ruang Lingkup	26
D. Langkah Kerja	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Instagram PT Mata Air Persada	32
B. Analisis Audiens PT Mata Air Persada.....	33
C. Proses Perancangan Konten Visual dengan Pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i>	35
D. Penerapan Identitas Visual dan Konsep Cinematic Luxury Architecture pada Konten Instagram @mataairpersada	41
E. Analisis Peningkatan Engagement Instagram @mataairpersada.....	44
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	68
LAMPIRAN LEMBAR BIMBINGAN I.....	71
LAMPIRAN LEMBAR BIMBINGAN II	72
SURAT KETERANGAN MAGANG	73
DOKUMENTASI MAGANG INDUSTRI	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT Mata Air Persada.....	19
Gambar 3. 2 Struktur PT Mata Air Persada	21
Gambar 3. 3 Langkah Kerja DKV	29
Gambar 4. 1 Profile Instgram PT Mata Air Persada	32
Gambar 4. 2 Analisi Audiens Instagram Mata Air	34
Gambar 4. 3 Data Insight Konten “Cinematik Mampang 8”	53
Gambar 4. 4 Data Insight Konten “AI Konstruksi BPR”	54
Gambar 4. 5 Insight Data Performa Konten “AI Konstruksi BPR”	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Engagaement sebelum Implementasi Strategi.....	45
Tabel 4. 2 Data Engagement Sesudah Implementasi Strategi.....	48
Tabel 4. 3 Sample Konten Sebelum Penerapan Strategi.....	56
Tabel 4. 4 Sample Konten Setelah Penerapan Strategi	56
Tabel 4. 5Total Jumlah Peningkatan Engagement.....	58