

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN VISUAL

BERBASIS *VISUAL HIERARCHY* SEBAGAI UPAYA

MEMBANGUN *AWARENESS* INSTAGRAM @EVORIA.ID

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli
Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Muhammad Banu Arrafi

NIM : 2370404085

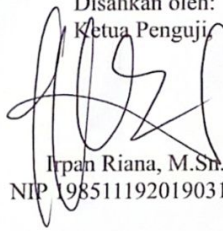
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual Berbasis *Visual Hierarchy* Sebagai Upaya
Membangun *Awareness* Instagram @evoria.id
Penulis : Muhamad Banu Arrafi
NIM : 2370404085
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



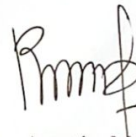
Irpan Riana, M.Sn.
NIP 198511192019031010

Anggota 1



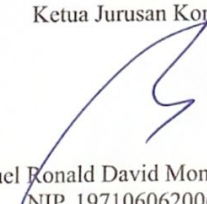
Muhammad Nur, M.Kom., M.M.
NUPTK 0052744645130103

Anggota 2



Rona Agustin, M.I.Kom.
NIP 199408182025062007

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual Berbasis Visual Hierarchy sebagai Upaya Membangun Awareness Instagram @evoria.id

Penulis : Muhammad Banu Arrafi

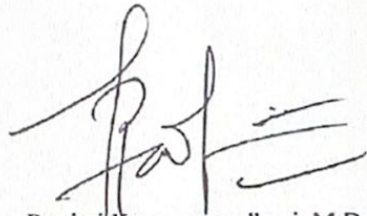
NIM : 2370404085

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing 1



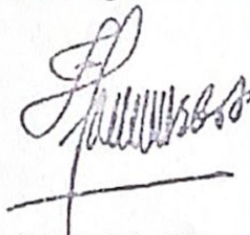
Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds.
NIP. 198512082014042002

Pembimbing 2



Rona Agustin, M.I.Kom.
NIP. 199408182025062007

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Banu Arrafi
NIM	: 2370404085
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Visual Berbasis Visual Hierarchy sebagai Upaya Membangun Awareness Instagram @evoria.id 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Banu Arrafi
NIM: 2370404085

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Nama : Muhammad Banu Arrafi
NIM : 2370404085
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 Konten Visual Berbasis Visual Hierarchy sebagai Upaya Membangun Awareness Instagram @evoria.id

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,

 Tanda

Muhammad Banu Arrafi
NIM: 2370404085

ABSTRAK

Tugas Akhir ini membahas proses pembuatan desain *cover reels* Instagram @evoria.id dengan menerapkan prinsip *visual hierarchy* sebagai upaya membangun *awareness*, yang dilaksanakan selama Praktik Industri di PT HIGO Fitur Indonesia. Permasalahan yang ditemukan menunjukkan bahwa desain *cover reels* @evoria.id sebelumnya belum menerapkan prinsip *visual hierarchy* secara optimal, sehingga objek utama belum memiliki tingkat dominasi visual yang kuat. Tujuan penulisan ini adalah menjelaskan penerapan prinsip *visual hierarchy* dalam pembuatan desain *cover reels* serta mendeskripsikan kontribusinya terhadap pembangunan *awareness* Instagram @evoria.id. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka. Proses produksi dilaksanakan melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi dengan menerapkan enam elemen *visual hierarchy*, yaitu ukuran (*size*), warna (*color*), kontras (*contrast*), tipografi (*typography*), komposisi (*composition*), dan ruang kosong (*whitespace*) yang diintegrasikan dengan *brand guideline* Evoria 2026. Hasil perbandingan data Instagram Insights periode April dan Mei 2026 menunjukkan peningkatan total *views* sebesar 459,74%, *profile visits* sebesar 175,90%, serta peningkatan *top reels* dari 6.790 menjadi 98.300 *views* atau sebesar 1.347,72%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa penerapan prinsip *visual hierarchy* pada desain *cover reels* berkontribusi positif terhadap pembangunan *awareness* Instagram @evoria.id.

Kata Kunci: *visual hierarchy, cover reels, Instagram, awareness, desain komunikasi visual, Evoria*

ABSTRACT

This Final Project discusses the creation of Instagram @evoria.id cover reels design by applying visual hierarchy principles as an effort to build awareness during the Industrial Practice at PT HIGO Fitur Indonesia. The identified problem shows that the previous cover reels design had not optimally implemented visual hierarchy, causing the main object to lack strong visual dominance. The purpose of this writing is to explain the application of visual hierarchy principles and describe its contribution to building Instagram @evoria.id awareness. The methods used include observation, interviews, and literature studies. The production process was carried out through pre-production, production, and post-production stages by applying six elements of visual hierarchy, namely size, color, contrast, typography, composition, and whitespace, integrated with the Evoria 2026 brand guideline. Instagram Insights comparison between April and May 2026 showed an increase in total views by 459.74%, profile visits by 175.90%, and top reels performance from 6,790 to 98,300 views or 1,347.72%. These results indicate that implementing visual hierarchy in cover reels design contributes positively to building Instagram @evoria.id awareness.

Keywords: *visual hierarchy, cover reels, Instagram, awareness, visual communication design, Evoria*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kekuatan, kemampuan, dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan kegiatan Praktik Industri di industri yang diselenggarakan oleh Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini.
2. Ibu Sri Sukini dan Bapak Purnomo Sidhi selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang yang tidak pernah putus, sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan Praktik Industri ini dengan baik.
3. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
4. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
5. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.

9. Pratiwi Kusumowardhani, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I Penulisan Laporan Tugas Akhir.
10. Rona Agustin, M.I.Kom., selaku selaku Dosen Pembimbing II Penulisan Laporan Tugas Akhir.
11. Pihak HIGO Agency yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Praktik Industri serta memberikan pengalaman, pembelajaran, dan bimbingan selama proses berlangsung.
12. Rekan-rekan Angkatan 2023 Program Studi Periklanan yang telah menjadi teman seperjuangan dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan laporan ini di masa yang akan datang.

Jakarta, 11 Juli 2026

Penulis,



Muhammad Banu Arrafi

NIM 2370404085

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Media Sosial.....	10
1. Pengertian Media Sosial.....	10
2. Karakteristik Media Sosial.....	11
3. Fungsi Media Sosial dalam Komunikasi Organisasi.....	11
B. Instagram sebagai Platform Visual.....	12
1. Karakteristik Instagram.....	12
2. Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi.....	14
3. Fitur Reels dan Cover Reels.....	14
C. Konten Visual.....	15
1. Pengertian Konten Visual.....	15
2. Elemen-Elemen Konten Visual.....	16
3. Fungsi Konten Visual dalam Komunikasi Pemasaran.....	17
D. Desain Komunikasi Visual.....	17
1. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	17
2. Prinsip-Prinsip Dasar Desain.....	18
E. Visual Hierarchy.....	21

1. Pengertian Visual Hierarchy.....	21
2. Elemen-Elemen Visual Hierarchy.....	21
3. Penerapan Visual Hierarchy dalam Desain Media Sosial.....	24
F. Awareness.....	25
1. Pengertian Awareness.....	25
2. Indikator Awareness.....	26
3. Hubungan Awareness dengan Media Sosial.....	27
G. Brand Guideline.....	29
1. Pengertian Brand Guideline.....	29
2. Fungsi Brand Guideline.....	29
3. Komponen Brand Guideline.....	30
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	32
A. Data/Objek Penulisan.....	32
1. Profil Perusahaan.....	32
2. Objek Karya.....	34
B. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Observasi.....	35
2. Wawancara.....	36
3. Studi Pustaka.....	36
C. Ruang Lingkup.....	37
1. Peran Penulis.....	37
2. Kategori Karya.....	37
3. Ide Kreatif.....	38
D. Langkah Kerja.....	39
1. Praproduksi.....	39
2. Produksi.....	40
3. Pascaproduksi.....	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
A. Proses Pembuatan Desain Cover Reels Instagram @evoria.id dengan Menerapkan Prinsip Visual Hierarchy.....	43
1. Kondisi Awal Cover Reels Instagram @evoria.id.....	43
2. Praproduksi.....	45
3. Produksi.....	49
4. Pascaproduksi.....	58
5. Kondisi Setelah Penerapan Visual Hierarchy pada Cover Reels Instagram @evoria.id.....	60

B. Penerapan Visual Hierarchy pada Cover Reels sebagai Upaya Membangun Awareness Instagram @evoria.id.....	62
1. Perbandingan Visual.....	62
2. Analisis Data Instagram Insights.....	65
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran.....	70
1. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	70
2. Saran untuk PT HIGO Fitur Indonesia (HIGO Agency).....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Data reach dan impression di instagram.....	2
Grafik 2.1 Pengguna Sosial Media di indonesia Tahun 2024.....	13
Gambar 3.1 logo perusahaan.....	32
Gambar 4.1 Kondisi cover reels @evoria.id sebelum penerapan visual hierarchy	43
Gambar 4.2 Editorial plan mei @evoria.id.....	45
Gambar 4.3 Pencarian referensi visual dari pinterest.....	46
Gambar 4.4 Penerapan elemen ukuran.....	49
Gambar 4.5 Penerapan elemen warna.....	50
Gambar 4.6 Penerapan elemen kontras.....	51
Gambar 4.7 Penerapan elemen tipografi.....	53
Gambar 4.8 Penerapan elemen komposisi.....	54
Gambar 4.9 Penerapan elemen whitespace.....	56
Gambar 4.10 Penekanan (Emphasis) pada Elemen Visual Hierarchy.....	57
Gambar 4.11 Approval Art Director.....	60
Gambar 4.12 Revisi dari Art Director.....	61
Gambar 4.13 Kondisi cover reels @evoria.id setelah penerapan visual hierarchy	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan kualitas sebelum dan sesudah proses upscaling.....	47
Tabel 4.2 Perbandingan visual cover.....	60
Tabel 4.3 Perbandingan Instagram Insights @evoria.id April dan Mei 2026.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	75
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara.....	77
Lampiran 3 Biodata Penulis.....	78
Lampiran 4 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	80
Lampiran 5 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2.....	81
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme.....	82
Lampiran 7 Surat Keterangan Magang.....	83
Lampiran 8 Dokumentasi dengan Pembimbing.....	84
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang.....	85