

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VISUAL *BANNER* PRODUK PADA HOMEPAGE WEBSITE LIVEO DENGAN PENDEKATAN *VISUAL HIERARCHY* UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:
MUHAMMAD RAFLI
NIM 2370404092

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Visual *Banner* Produk Pada *Homepage Website Liveo* Dengan Pendekatan *Visual Hierarchy* Untuk Meningkatkan *Engagement*

Penulis : Muhammad Rafli

NIM : 2370404092

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa tanggal 21 Juli 2026.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, M. Si.

NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Pahala Basuki, S.Kom., M.I.Kom.

Anggota 2



Rona Agustin, M.I.Kom.

NIP. 199408182025062207

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi


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

NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Visual *Banner* Produk Pada *Homepage Website* Liveo Dengan Pendekatan *Visual Hierarchy* Untuk Meningkatkan *Engagement*

Nama : Muhammad Rafli

NIM : 2370404092

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 12 Juni 2026

Pembimbing I



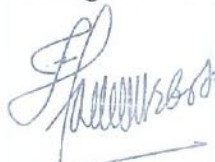
Pratiwi Kusumowardhani, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198512082014042002

Pembimbing II



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 Rafli
NIM	: 2370404092
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
**PEMBUATAN VISUAL BANNER PRODUK PADA HOMEPAGE
WEBSITE LIVEO DENGAN PENDEKATAN VISUAL HIERARCHY
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT** 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, 14 Juli 2026

Yang menyatakan,


E676EAOX023908558
Muhammad Rafli
2370404092

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Nama : Muhammad Rafli
NIM : 2370404092
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

demikian 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 Visual Banner Produk Pada Homepage Website Liveo Dengan Pendekatan Visual Hierarchy Untuk Meningkatkan Engagement.

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, 14 Juli 2026

Saya menyatakan,



34AAOX023908553
Muhammad Rafli

2370404092

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Visual Banner Produk Pada Homepage Website Liveo Dengan Pendekatan Visual Hierarchy Untuk Meningkatkan Engagement
Penulis : Muhammad Rafli
Pembimbing I : Pratiwi Kusumowardhani, S.Ds., M.Ds
Pembimbing II : Rona Agustin, M.I.Kom

Websites are crucial for a business's branding and marketing initiatives. The product banner, which serves to draw visitor attention, provide product information, and promote user engagement, is one of the primary components on a website homepage. Several product banners on the Liveo website homepage were determined to have improperly applied visual hierarchy principles, based on observations made during the industrial internship at PT Prima Unggul Jaya Sentosa. In order to improve visual appeal and user engagement, this final project will create product banner for the Liveo website homepage using a visual hierarchy method. Concepts of visual hierarchy, website banners, and participation in digital marketing are all part of the digital theoretical framework user. Problem identification, concept creation, idea exploration, visualisation, design evaluation and refinement, and production finalisation make up the design process methodology. The findings show that using visual hierarchy elements produces a more organised information flow, improves user's visual fokus, and may enhances user engagement with the Liveo Website.

Keywords: *visual hierarchy, product banner, website, engagement, Liveo*

Website memainkan peran penting dalam meningkatkan branding dan promosi bisnis. Banner produk, yang merupakan komponen penting pada halaman awal situs web, berfungsi untuk menarik perhatian pelanggan, menyampaikan informasi tentang produk, memperkuat identitas merek, dan mendorong interaksi pelanggan. Selama Praktik Industri di PT Prima Unggul Jaya Sentosa, pemegang merek Liveo, ditemukan bahwa beberapa banner produk di halaman website Liveo tidak menggunakan visual hierarchy. Akibatnya, penyampaian informasi produk dan keterlibatan pengguna menjadi kurang. Tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat banner produk untuk dipasang di halaman web Liveo dengan menggunakan pendekatan visual hierarchy. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik visual, memperjelas penyampaian informasi, dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Konsep visual hierarchy pada banner website dasar teori yang digunakan. Proses pembuatan desain mencakup identifikasi kebutuhan, pengembangan konsep, eksplorasi ide, visualisasi, evaluasi dan finalisasi desain. Hasil pembuatan menunjukkan penerapan visual hierarchy dengan mengatur elemen-elemen desain dan visual hierarchy dapat membuat alur informasi yang lebih terorganisir dan meningkatkan interaksi pengguna situs web Liveo.

Kata Kunci: *visual hierarchy, banner produk, website, engagement, Liveo*

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Visual *Banner* Produk Pada *Homepage Website* Liveo Dengan Pendekatan *Visual Hierarchy* Untuk Meningkatkan *Engagement*” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, 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., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. M. Yunus Fitriady, M.M., selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
8. Anindhita Budi Astuti, SE., MM., selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
9. Pratiwi Kusumowardhani, S.Ds., M.Ds., Dosen Pembimbing 1.

10. Rona Agustin, M.I.Kom., Dosen Pembimbing 2.
11. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Periklanan yang telah memberikan ilmu dan bekal yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
12. Arwan Budiman selaku pimpinan PT Prima Unggul Jaya Sentosa.
13. Maylani selaku HRD Pembimbing Industri.
14. Denny Aryo Baskoro selaku mentor utama Praktik Industri.
15. Keluarga tersayang ibu, bapak, dan adik penulis, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doanya yang tak henti-hentinya.
16. Klub sepak bola *Real Madrid Club de Fútbol*, klub favorit Penulis, yang selama tiga tahun masa perkuliahan telah menghadirkan berbagai momen kebahagiaan, motivasi, dan pelajaran tentang kerja keras, ketekunan, serta mental juara. “*Siempre Hala Madrid y nada mas!*”
17. Sidney Keshia Novalianza yang telah memberikan dukungan, semangat, serta menemani penulis selama proses Tugas Akhir hingga selesai.
18. Vatic sabraen selaku rekan selama pelaksanaan magang yang telah memberikan masukan, arahan, serta saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
19. Rekan organisasi dari Departemen Pendidikan yaitu Fariza, Nadine, Dinda, Abyan, dan Habibah yang memberikan banyak sekali pelajaran dan juga pengalaman menyenangkan lebih dari sekedar rekan organisasi.
20. Rekan organisasi penulis di Karang Taruna, yang telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan tugas akhir ini sehingga menjadi lebih baik, serta memberikan berbagai saran yang bermanfaat bagi penulis.

21. Seluruh rekan mahasiswa dari Program Studi Periklanan angkatan 2023 yang telah saling membantu dan menguatkan satu sama lain serta menjadi bagian penting dalam setiap langkah selama melaksanakan kegiatan Praktik Industri berlangsung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,

Muhammad Rafli

NIM 2370404092

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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	7
E. Tujuan Penulisan	7
F. Manfaat Penulisan.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
A. Periklanan.....	10
B. Pembuatan	14
C. Website.....	17
D. Banner Produk pada Homepage Website.....	20
E. Visual Hierarchy	27
F. Engagement	31
G. Hubungan <i>Visual Hierarchy</i> dengan <i>Engagement</i>	35
 BAB III METODE PELAKSANAAN	 40
A. Data Penulisan.....	40
B. Teknik Pengumpulan Data	46
C. Ruang Lingkup	49
D. Langkah Kerja.....	51

BAB IV PEMBAHASAN	55
A. Proses Pembuatan Desain <i>Banner</i>	55
B. Elemen-Elemen Visual Utama pada Banner	65
C. Hasil Pembuatan Desain <i>Banner</i>	72
D. Analisis Penerapan Visual Hierarchy	85
E. Analisis Hasil Penerapan <i>Visual Hierarchy</i> pada <i>Banner Website</i> <i>Homepage</i>	92
 BAB V PENUTUP.....	97
A. Simpulan	97
B. Saran.....	98
 DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penggunaan Internet Tahun ke Tahun	2
Gambar 3.1 Logo Liveo	44
Gambar 3.2 Struktur Perusahaan	46
Gambar 4.1 Brief Desain	55
Gambar 4.2 Referensi Desain	57
Gambar 4.3 Referensi Desain	58
Gambar 4.4 Perancangan Layout	59
Gambar 4.5 Proses Layout Banner	62
Gambar 4.6 Proses Blend Background	63
Gambar 4.7 Hasil Desain Banner	64
Gambar 4.8 Headline/Hook	66
Gambar 4.9 Bahan Produk	67
Gambar 4.10 Color Palette Desain Banner	68
Gambar 4.11 Tipografi Desain Banner Website	69
Gambar 4.12 CTA Desain Banner	70
Gambar 4.13 Desain Layout Banner	70
Gambar 4.14 Ikon Desain Banner	71
Gambar 4.15 Before Desain Banner Website	72
Gambar 4.16 Hasil Desain Website Setelah Perancangan	74
Gambar 4.17 Desain Banner LV-690B	76
Gambar 4.18 Desain Banner LV-316	77
Gambar 4.19 Desain Banner LV-399	79
Gambar 4.20 Desain Banner LV-222	80
Gambar 4.21 Desain Banner LV-939	81
Gambar 4.22 Desain Banner LV-M58	83
Gambar 4.23 Penerapan Size	85
Gambar 4.24 Penerapan Color and Contrast	86
Gambar 4.25 Penerapan Typography	88
Gambar 4.26 Penerapan Layout	89
Gambar 4.27 Penerapan White Space	91

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Jenis Hook Produk	61
Tabel 4.2 Jumlah Click bulan November 2025 s/d Januari 2026	92
Tabel 4.3 Jumlah Click bulan Februari s/d Mei 2026.....	92
Tabel 4.4 November 2025 s/d Januari 2026	94
Tabel 4.5 Februari s/d Mei 2026	94

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Biodata Penulis.....	102
Lampiran 2. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	104
Lampiran 3. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2.....	105
Lampiran 4. Hasil Cek Plagiarisme	106
Lampiran 5. Sertifikat Diterima Praktik Industri	107
Lampiran 6. Dokumentasi dengan Pembimbing.....	108