

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN DESAIN VISUAL UNTUK MENINGKATKAN
***BRAND AWARENESS* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**
@LABX.CO

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
MUHAMMAD GILANG FAHREZA
NIM: 21330063

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Visual Konten Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Media Sosial Instagram @labx.co

Penulis : Muhammad Gilang Fahreza

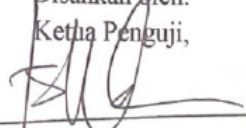
NIM : 21330063

Program Studi : Periklanan

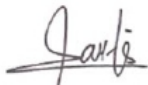
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 23 Juli 2024.

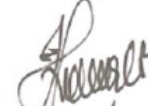
Disahkan oleh:
Ketua Penguji,


Raden Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn
NIP. 197906242006041001

Anggota 1


Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2


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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi




Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

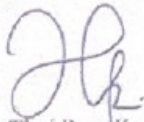
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN DESAIN VISUAL UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @LABX.CO

Penulis : Muhammad Gilang Fahreza
NIM : 21330063
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 09 Juli 2024

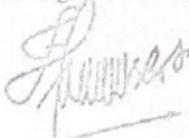
Pembimbing I


Dr. Tipri Rose Kartika, M.M
NIP.197606112009122002

Pembimbing II


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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan


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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Gilang Fahreza
NIM : 21330063
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

PERANCANGAN DESAIN VISUAL UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @LABX.CO 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, 8 Juli 2024

Yang menyatakan



10000
METAL
TITANIUM
B6B1FAKX673085782

Muhammad Gilang Fahreza

NIM: 21330063

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Gilang Fahreza

NIM : 21330063

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

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: **PERANCANGAN DESAIN VISUAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @LABX.CO**.

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, 8 Juli 2024

Yang menandatangani



Muhammad Gilang Fahreza

NIM: 21330063

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Graphic Designer* yang telah membuat desain visual konten pada media sosial Instagram @Labx.co. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Perancangan Desain Visual Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Media Sosial Instagram @Labx.co”

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada: Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.

1. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
3. Sulistyowibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
4. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
5. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
6. Zaenab, S.S., M.Si., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

8. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Saudara-saudara penulis yang telah membantu keuangan penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
10. Diri sendiri yang sudah berhasil berada di tahap ini.
11. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
12. Mas Roy dan Mas Cahyo selaku tim sosial media Bubu.com yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan pekerjaan.
13. Adella Maryam yang selalu membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Seluruh karyawan *Bubu Agency* yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama melakukan praktik industri.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 10 Juli 2024

Penulis,



Muhammad Gilang Fahreza

NIM 2133000

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
1. Bagi Penulis	5
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	6
3. Bagi Masyarakat.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi	7
B. Media Komunikasi	8
1. Definisi Media Komunikasi	8

2. Fungsi Media Komunikasi	8
C. Media Baru.....	9
1. Definisi Media Baru.....	9
2. Fungsi Media Digital	9
D. Media Sosial	9
1. Definisi Media Sosial.....	9
2. Fungsi Media Sosial.....	9
3. Instagram.....	10
E. Brand Awareness.....	11
1. Definisi Brand Awareness.....	11
2. Tingkatan Brand Awareness	11
F. Desain Grafis	12
1. Definisi Desain Grafis.....	12
2. Fungsi Desain Grafis.....	13
3. Jenis-Jenis Desain	13
4. Elemen Desain Grafis	14
5. Prinsip-Prinsip Desain.....	14
6. Komponen Desain Grafis.....	16
G. <i>Graphic Designer</i>	17
H. STP.....	18
I. AISAS	18
J. SWOT	19
BAB III.....	22
METODE PELAKSANAAN	22
A. Data Perusahaan.....	22
1. Profil Perusahaan	22
2. Sejarah Perusahaan.....	22
3. Profile Perusahaan.....	23
4. Logo Perusahaan	24
5. Visi dan Misi Perusahaan.....	24

6. Struktur Organisasi Perusahaan	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Observasi.....	26
2. Studi Pustaka.....	26
C. Ruang Lingkup.....	27
1. Peran Penulis.....	27
2. Kategori Karya.....	27
3. Ide Kreatif	27
D. Langkah Kerja	28
1. Pra-Produksi.....	28
2. Produksi	28
3. Pasca Produksi	29
BAB IV	30
PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	30
B. STP akun Instagram @labx.co.....	31
C. Analisis Kompetitor	32
D. Analisis SWOT	34
E. Proses Perancangan Desain Visual	36
1. Pra Produksi/Persiapan.....	36
2. Produksi	38
3. Paska Produksi	43
4. Contoh Konten	45
F. Analisis AISAS	52
a. Konten <i>art</i>	52
b. Konten <i>fashion</i>	54
c. Konten <i>art</i>	57
G. Analisis Desain	58
1. Desain Visual <i>Feeds</i>	59
2. Desain Visual <i>Instastory</i>	61

3. Desain Cover Reels.....	64
H. Brand Awareness @labx.co.....	67
a. <i>Unaware of Brand</i>	68
b. <i>Brand Recognition</i>	68
c. Jangkauan @labx.co.....	69
I. Hasil Kerja.....	72
BAB V	77
PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
a. Saran untuk penulis	78
b. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta	79
c. Saran untuk Masyarakat	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis STP	32
Tabel 2 Analisis Kompetitor.....	33
Tabel 3 Analisis SWOT.....	35
Tabel 4 Analisis Aisas	54
Tabel 5 Analisis Aisas	56
Tabel 6 Analisis Aisas	58
Tabel 7 Analisis Komponen Desain	59
Tabel 8 Analisis Prinsip Desain.....	61
Tabel 9 Analisis Komponen Desain	61
Tabel 10 Analisis Prinsip Desain.....	63
Tabel 11 Analisis Komponen Desain	65
Tabel 12 Analisis Prinsip Desain.....	67
Tabel 12 konten @labx.co sebelum dan sesudah	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Bubu.com.....	24
Gambar 2 Struktur Organisasi Bubu.....	25
Gambar 3 Langkah Kerja @Labx.co	28
Gambar 4 Instagram @labx.co	30
Gambar 5 Alur Pekerjaan	36
Gambar 6 <i>Brief</i> Konten.....	37
Gambar 7 <i>Visual Guideline</i> @labx.co	38
Gambar 8 aplikasi Adobe Photoshop.....	39
Gambar 9 layer Adobe Photoshop	40
Gambar 10 <i>Background</i> Desain Visual Konten @labx.co	40
Gambar 11 <i>Asset-asset</i> Pendukung Desain Visual Konten @labx.co	41
Gambar 12 <i>Copy</i> Visual dan <i>Mandatory</i>	41
Gambar 13 Mengirim Hasil Desain	42
Gambar 14 Mengirim Hasil Desain ke Tim Sosial Media.....	43
Gambar 15 Pengecekan Oleh Tim Sosial Media	44
Gambar 16 Desain Visual Konten di Posting ke Instagram	44
Gambar 17 Konten Musik @labx.co	45
Gambar 18 Konten Musik @labx.co	46
Gambar 19 Unggahan @labx.co.....	46
Gambar 20 Unggahan @labx.co.....	47
Gambar 21 Konten Fashion @labx.co.....	47
Gambar 22 Konten <i>Fashion</i> @labx.co	48
Gambar 23 Unggahan @labx.co.....	49
Gambar 24 Unggahan @labx.co.....	49
Gambar 25 Konten <i>Art</i> @labx.co	50
Gambar 26 Konten <i>Art</i> @labx.co	50
Gambar 27 Unggahan @labx.co.....	51
Gambar 28 Unggahan @labx.co.....	51
Gambar 29 Unggahan @labx.co.....	68

Gambar 30 Unggahan @labx.co	69
Gambar 31 <i>Engagement</i> @labx.co	70
Gambar 32 <i>Engagement</i> @labx.co	71
Gambar 33 <i>Engagement</i> @labx.co	72
Gambar 34 Contoh konten musik @labx.co	74
Gambar 35 Contoh konten <i>fashion</i> @labx.co	75
Gambar 36 Contoh konten <i>art</i> @labx.co	76

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	82
PROGRAM STUDI PERIKLANAN, JURUSAN KOMUNIKASI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF	82
SALINAN LEMBAR PEMBIMBING TUGAS AKHIR	85
SALINAN LEMBAR PEMBIMBING TUGAS AKHIR	86
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI	87
DOKUMENTASI TERKAIT TUGAS AKHIR	88
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	90
SERTIFIKASI KOMPETENSI	92
DOKUMENTASI SIDANG TUGAS AKHIR	93

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Media Sosial @Labx.co.

Penulis : Muhammad Gilang Fahreza

Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

Pembimbing II : Zaenab, SS., M.Si

In the current digital era, the dissemination of information on digital media has become more modern. Instagram social media is one of the most widely used digital platforms today. Instagram is used. @Labx.co is an Instagram account that disseminates information about news or trends in music, fashion and art. The large number of competitors with the same type of content and target audience means that @labx.co needs to increase brand awareness. However, there are many obstacles that hinder @labx.co from increasing brand awareness, one of which is limited human resources, not having visual guidelines, and content that is less interactive. The author designs and creates visual content designs to increase brand awareness using supporting theories such as design components, design principles, STP, AISAS, SWOT analysis, and brand awareness. The success can be seen in the top content which received 57 likes, 6 comments, 5 shares, 593 accounts reached and 59 accounts interacted.

Keywords: Visual Design, @labx.co, Brand Awareness

Pada era digital sekarang membuat penyebaran informasi di media digital menjadi lebih *modern*. Media sosial Instagram menjadi salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini. Instagram digunakan. @Labx.co merupakan akun Instagram yang menyebarkan informasi mengenai berita atau tren musik, *fashion*, dan juga *art*. Banyaknya kompetitor dengan jenis konten dan target audiens yang sama, membuat @labx.co perlu meningkatkan *brand awareness*. Namun, banyak kendala yang menghambat @labx.co dalam meningkatkan *brand awareness*, salah satunya SDM yang terbatas, tidak mempunyai visual *guideline*, dan konten yang kurang interaktif. Penulis merancang dan membuat desain visual konten untuk meningkatkan *brand awareness* menggunakan teori pendukung seperti komponen desain, prinsip desain, STP, AISAS, analisis SWOT, dan *brand awareness*. Adapun keberhasilan yang dapat dilihat pada konten teratas yang meraih 57 *likes*, 6 komentar, 5 *share*, 593 akun yang dijangkau dan 59 akun yang berinteraksi.

Kata Kunci: Desain Visual, @labx.co, Brand Awareness