

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN DESAIN VISUAL MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @KECAMBAH.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BULAN FEBRUARI 2024

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
(A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:
MUTIARA SAFITRI
NIM: 21330070

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

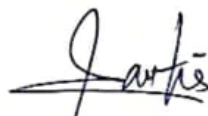
Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Visual Media Sosial Instagram
@Kecambah.Id Sebagai Media Promosi Bulan Februari 2024
Penulis : Mutiara Safitri
NIM : 21330070
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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,


Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NIP. 198301152014041001

Anggota 1


Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2


Khoirun Nisa, S.Pd., M.Si.
NIP. 199009012014032002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Visual Media Sosial Instagram
@Kecambah.Id Sebagai Media Promosi Bulan Februari
2024
Penulis : Mutiara Safitri
NIM : 21330070
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di
Jakarta, 23 Juli 2024.

Pembimbing I



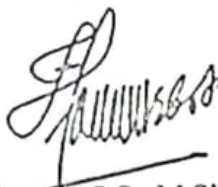
Dr. Tipri Rose Kartika. M.M.
NIP. 197606112009122002

Pembimbing II



Khoirun Nisa, S.Pd., M.Si.
NIP. 199009012014032002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Safitri
NIM : 21330070
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PERANCANGAN DESAIN VISUAL MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@KECAMBAH.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI BULAN FEBRUARI 2024
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, 30 Juli 2024

Yang menyatakan.



Mutiara Safitri

NIM: 21330070

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Mutiara Safitri
NIM : 21330070
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024

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: PERANCANGAN DESAIN VISUAL MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KECAMBAH.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI BULAN FEBRUARI 2024

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, 30 Juli 2024

Yang menandatangani,



Mutiara Safitri

NIM: 21330070

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Visual Media Sosial Instagram
@Kecambah.Id Sebagai Media Promosi Bulan Februari 2024
Penulis : Mutiara Safitri
Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
Pembimbing II : Khoirun Nisa, S.Pd., M.Si.

Visual design is important to attract audiences on social media, but it is still rarely used by many brands. The problem with Kecambah.id is that there are no promotional activities on Instagram that are visualized through visual design and are not widely known. The process of designing Kecambah.id visual design includes STP analysis, SWOT, pre-production design process, design production, post-production design resulting in a visual design that applies or applies the AISAS model and design elements. The design principles in the visual design of Kecambah.id and SWOT of Kecambah.id visual design are compared to Jenaka visual design. The visual design of Kecambah.id contains elements of promotional activities, namely providing information and persuading. The author uses data collection methods in the form of literature studies, observations, online data searches and interviews. The author as a graphic designer is responsible for the visual design of the content uploaded on Instagram Kecambah.id in February 2024. The results of the visual design planning of Kecambah.id have a good design and visual design and the new Instagram account Kecambah.id also has an engagement rate of 33.24% and a total of 107 followers.

Keywords: *Promotional Media, Design Visual, Instagram, Kecambah.id*

Desain visual penting untuk menarik audiens di media sosial, namun masih jarang digunakan banyak *brand*. Masalah dari Kecambah.id yaitu, belum ada aktivitas promosi di Instagram yang divisualisasikan melalui desain visual dan belum banyak dikenal. Proses perancangan desain visual Kecambah.id meliputi analisis STP, SWOT, proses pra-produksi desain, produksi desain, pasca produksi desain dihasilkan desain visual yang menerapkan atau mengaplikasikan model AISAS dan elemen desain. Prinsip-prinsip desain pada desain visual Kecambah.id dan SWOT desain visual Kecambah.id dikomparasikan desain visual Jenaka. Desain visual Kecambah.id mengandung unsur aktivitas promosi yaitu memberikan informasi dan membujuk. Penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi, penelusuran data secara *online* dan wawancara. Penulis sebagai desain grafis bertanggung jawab terkait desain visual dari konten yang diunggah dalam Instagram Kecambah.id pada bulan Februari 2024. Hasil dari perancangan desain visual Kecambah.id telah memiliki rancangan dan desain visual yang baik dan akun baru Instagram Kecambah.id juga memiliki angka *engagement rate* sebesar 33,24% dan jumlah pengikut sebanyak 107.

Kata Kunci: Media Promosi, Desain Visual, Instagram, Kecambah

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/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai desain visual grafis telah memproduksi karya desain visual media sosial tentang kelas pengembangan diri anak yaitu Kecambah. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Perancangan Desain Visual Media Sosial Instagram @Kecambah.Id Sebagai Media Promosi Bulan Februari 2024”.

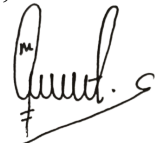
Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif dan Pembimbing I Akademis Penyusunan Tugas Akhir.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Si., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Chingtya Apriliyanti, S.Sn., selaku Creative Director Focreate Agency yang telah menerima penulis untuk melakukan Praktik Industri.
7. Khoirun Nisa, M.I.Kom., selaku Pembimbing II Akademis Penyusunan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Ibu, Bapak dan Kakak yang senantiasa mendukung penulis selama menjalani masa awal perkuliahan hingga sampai pada akhir perkuliahan ini.
10. Sahabat Saya Syabila Findiari yang selalu sabar dalam mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
11. Sahabat SMA yang selama ini selalu memberikan dukungan untuk penulis selama masa pengerjaan Tugas Akhir.
12. Karyawan Focreate yang bekerja dari bulan Januari hingga bulan Mei 2024 yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan selama penulis melakukan kegiatan praktik industri dan menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

13. Farhan Fitriyadi, Salma Mahlida Ailiya Passe, Vina Rachmawati, dan Tanaya Nafisa Ardi yang selama ini berjuang bersama dengan penulis sejak awal semester sampai saat ini dengan pencapaian dan pengalaman yang luar biasa
14. *Seventeen* yang selama ini menjadi motivasi dan penghibur bagi Penulis di masa-masa tersulit di saat menempuh pendidikan.

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

Jakarta, 23 Juli 2024



Mutiara Safitri

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
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.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi.....	9
B. Periklanan.....	10
C. Desain Grafis.....	11
D. <i>Graphic Designer</i>	12
E. Model STP.....	12
F. Metode SWOT.....	13
G. Model AISAS.....	14
H. Elemen Desain.....	15
I. Prinsip-prinsip Desain.....	17
J. Promosi.....	18
K. Social Blade.....	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	23
A. Identitas Perusahaan.....	23
B. Visi & Misi Perusahaan.....	24
C. Lokasi Perusahaan.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24

E. Ruang Lingkup.....	26
F. Langkah Kerja.....	27
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum.....	30
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	30
2. Gambaran Umum Pekerjaan.....	30
B. Proses Perancangan.....	31
1. Analisis STP.....	32
2. Analisis SWOT Umum Kecambah.....	34
3. Proses Pra-Produksi Desain Visual.....	35
4. Proses Produksi Desain Visual.....	38
5. Proses Pasca Produksi Desain Visual.....	39
C. Hasil Rancangan Desain Visual Kecambah.....	40
1. Hasil Desain dengan Penerapan Model AISAS.....	40
2. Hasil Desain dengan Pengaplikasian Elemen Desain.....	42
3. <i>Competitive Review</i>	45
a. Analisis Hasil Desain dengan Prinsip Desain.....	46
b. Analisis SWOT Hasil Desain Visual.....	49
D. Hasil Desain Visual Dalam Unsur Promosi.....	52
E. Analisis pada Data Instagram Kecambah Sebagai Media Promosi.....	53
BAB V PENUTUP.....	57
A. Simpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Aplikasi yang Paling Banyak digunakan di Indonesia.....	4
Gambar 2 Tentang Akun Instagram Kecambah.....	5
Gambar 3 Logo Kecambah.....	23
Gambar 4 Kategori Karya Penulis.....	26
Gambar 5 Bagan Langkah Kerja.....	27
Gambar 6 Struktur Proses Perancangan Desain Visual.....	31
Gambar 7 Hasil Desain <i>Carousel</i> Instagram Kecambah.....	31
Gambar 8 <i>Brief</i> Desain Konten Instagram Kecambah.....	35
Gambar 9 Figma sebagai Alat Desain.....	36
Gambar 10 Referensi Desain di Pinterest.....	36
Gambar 11 Produksi Desain Menggunakan Figma.....	39
Gambar 12 <i>Folder</i> penyimpanan NAS.....	40
Gambar 13 Desain Visual <i>Carousel</i> dengan Penerapan Model AISAS.....	41
Gambar 14 Desain Konten <i>Carousel</i> Instagram Kecambah.....	46
Gambar 15 Desain Konten <i>Carousel</i> Instagram Jenaka <i>Learning Space</i>	47
Gambar 16 Desain Yang Memuat Informasi Kecambah.....	52
Gambar 17 Desain Yang Memuat Bujukan Untuk Audiens.....	53
Gambar 18 Hasil Penelusuran Data Melalui Social Blade.....	54
Gambar 19 Hasil Peringkat Data Berdasarkan Social Blade.....	54
Gambar 20 Hasil Penelusuran Ringkasan Data.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Aset dan Elemen Desain Visual Kecambah.....	37
Tabel 2 Analisis AISAS Desain Visual Kecambah.....	41
Tabel 3 Penerapan Elemen dalam Desain Konten Instagram Kecambah.....	43
Tabel 4 Objek Analisis SWOT Desain.....	49
Tabel 5 Analisis SWOT Desain Kecambah & Jenaka.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis.....	62
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing Tugas Akhir I.....	63
Lampiran 3 Salinan Lembar Pembimbing Tugas Akhir II.....	64
Lampiran 4 Surat Keterangan/Izin Penggunaan Data Perusahaan.....	65
Lampiran 5 Transkrip Wawancara.....	66
Lampiran 6 Hasil Kegiatan/Bukti Pekerjaan.....	68
Lampiran 7 Surat Keterangan Sertifikat Magang Industri.....	69
Lampiran 8 Dokumentasi Foto Tugas Akhir.....	70
Lampiran 9 Dokumentasi Foto Sidang Tugas Akhir.....	71