# PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC

**TUGAS AKHIR**

**APLIKATIF**

**ARIEF NUR SYA'BAN**

42322010052

Dosen Pembimbing:

Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS DESAIN SENI DAN KREATIF**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2026**

lib.mercubuana.ac.id

# PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC

**TUGAS AKHIR**

**APLIKATIF**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk**

**Memperoleh Gelar Sarjana**

**ARIEF NUR SYA'BAN**

42322010052

Dosen Pembimbing:

Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS DESAIN SENI DAN KREATIF**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2026**



lib.mercubuana.ac.id

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Arief Nur Sya'ban |
| NIM | : 42322020052 |
| Fakultas/Program Studi | : FDSK/DKV |

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Agustus 2024




Arief Nur Sya'ban.

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

# PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Arief Nur Sya'ban |
| NIM | : 42322010052 |
| Program Studi | : Desain Komunikasi Visual |
| Fakultas | : Fakultas Desain dan Seni Kreatif |

Dengan judul **"Perancangan Strategi Narasi dan Konten Visual Instagram Filloistic"** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 5**%.**

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin

YAYASAN MENARA BHAKTI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**Anwar Maulana, ST**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KAMPUS MENARA BHAKTI**
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id



lib.mercubuana.ac.id

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Arief Nur Sya'ban |
| NIM | : | 42322010052 |
| Fakultas/Program Studi | : | Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain Komunikasi Visual |
| Judul Tugas Akhir | : | Perancangan Strategi Narasi dan Konten Visual Instagram Filloistic |

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn)
NIDN: 306088302

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026
Mengetahui,

| Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif | Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual |
|---|---|
| (Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn) | (Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn) |
| NIDN: 0306088302 | NIDN: 0304039101 |



lib.mercubuana.ac.id

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya, sehingga perancang dapat menyelesaikan laporan tugas akhir mengenai perancangan Strategi Narasi dan Konten Visual Instagram Filloistic..

Dalam penyusunan tugas akhir ini, perancang menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agus Budi Setyawan, M.Sn. Sebagai Dosen Pembimbing tugas akhir, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang berharga dalam menyusun laporan ini.
2. Bapak Millenio Rachmat Prayogo S.T. selaku Owner Filloistic yang telah mengizinkan & membantu perancang sebagai objek perancangan tugas akhir. Kerjasama dari Filloistic sangat berarti dalam kesuksesan penyelesaian tugas akhir ini.
3. Kedua orang tua serta keluarga perancang yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam setiap langkah perancang dalam menyelesaikan perkuliahan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

perancang menyadari laporan ini masih memiliki kekurangan. Semoga karya ini dapat bermanfaat serta memberikan wawasan baru dalam dunia perancangan strategi narasi digital di media sosial Instagram. Terima kasih.



lib.mercubuana.ac.id

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arief Nur Sya'ban
NIM : 42322010052
Fakultas/Program Studi : FDSK/DKV

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul

di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026
Yang menyatakan,




Arief Nur Sya'ban



lib.mercubuana.ac.id

# PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC

## ABSTRAK

Transformasi undangan pernikahan konvensional ke digital mendorong persaingan ketat antar-vendor. Filloistic menghadapi kendala dalam membangun *brand image* premium di Instagram karena kurangnya variasi konten dan pendekatan naratif harian. Perancangan ini bertujuan menyusun *content plan* terstruktur berbasis model AISAS untuk meningkatkan daya tarik, interaksi, dan reputasi merek Filloistic. Metode perancangan menggunakan *Design Thinking* dengan pendekatan minimalis fungsional. Implementasi karya mencakup pembuatan berbagai format konten *Feeds* vertikal, video pendek *Reels* puitis, serta *Story* interaktif yang mengombinasikan *emotional branding* dan informasi teknis produk. Distribusi secara fisik disalurkan melalui stan pameran di Transpark Bintaro menggunakan media pendukung berupa monitor presentasi, poster infografis, dan gantungan kunci. Perancangan ini berhasil memberikan manfaat strategis bagi Filloistic berupa panduan perencanaan konten yang terstruktur untuk membangun *brand image* yang lebih profesional, memperkuat hubungan emosional dengan audiens, serta mengonversi ketertarikan calon konsumen menjadi tindakan pemesanan layanan secara konsisten.

Kata Kunci: AISAS; Filloistic; Instagram; Minimalis; Undangan Digital.

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

**PERANCANGAN STRATEGI NARASI DAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM FILLOISTIC**


## *ABSTRACT*

*The transformation of conventional wedding invitations into digital alternatives drives fierce competition among vendors. Filloistic faces challenges in building a premium brand image on Instagram due to a lack of content variety and daily narrative approaches. This project aims to design a structured content plan based on the AISAS model to enhance the brand's appeal, interaction, and reputation. The design process applies Design Thinking with a functional minimalist approach. The implementation includes various content formats, such as vertical Feeds, poetic short Reels videos, and interactive Stories that combine emotional branding with product technical information. Physical distribution was conducted through an exhibition booth at Transpark Bintaro, utilizing presentation monitors, infographic posters, and merchandise as supporting media. This project successfully delivers strategic benefits for Filloistic by providing a structured content planning guideline to build a more professional brand image, strengthen emotional bonds with the audience, and consistently convert potential consumers' interest into service orders.*


UNIVERSITAS MERCU BUANA

*Keywords: AISAS, Digital Invitation, Filloistic, Instagram, Minimalism.*



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL** ..... **0**
**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI** ..... **ii**
**PERNYATAAN SIMILARITY CHECK** ..... **iii**
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... **iv**
**KATA PENGANTAR** ..... **v**
**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB** ..... **vi**
**ABSTRAK** ..... **vii**
**ABSTRACT** ..... **viii**
**DAFTAR ISI** ..... **ix**
**DAFTAR TABEL** ..... **xi**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xii**
**BAB I** ..... **1**
**PENDAHULUAN** ..... **1**
1.1. Latar Belakang ..... 1
1.2. Rumusan Masalah ..... 3
1.3. Tujuan Perancangan ..... 3
1.4. Manfaat Perancangan ..... 4
**BAB II** ..... **5**
**METODE PERANCANGAN** ..... **5**
2.1. Orisinalitas ..... 5
2.2. Target Perancangan ..... 8
2.3. Relevansi Dan Konsekuensi Studi ..... 9
2.3.1. Strategi Narasi Digital ..... 9
2.3.2. Strategi Konten Instagram ..... 11
2.3.3. Konsep Visual ..... 14
2.3.4. Strategi Komunikasi Visual ..... 19
2.3.5. Media Dan Implementasi ..... 20
2.4. Skema Proses Desain ..... 23
**BAB III** ..... **33**

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

**ANALISIS DATA & PERANCANGAN..... 33**
3.1. Positioning & Konsep Desain.....33
3.1.1. Positioning.....33
3.1.2. Konsep Desain.....34
3.2. Strategi Pesan.....34
3.2.1. Strategi 5W+1H.....35
3.2.2. Pillar Content.....36
3.2.3. Pendekatan Aspek Budaya.....38
3.3. Strategi Visual.....40
3.4. Strategi Distribusi Karya..... 52
3.5. Garis Waktu (Timeline) dan Matriks Strategi AISAS..... 53
**BAB IV.....55**
**Hasil Perancangan DKV..... 55**
4.1. Deskripsi Karya..... 55
4.1.1. Penyajian Pesan..... 56
4.1.2. Pendetailan Konsep Strategi Narasi dan Konten Visual Filloistic. 58
4.1.3. Penyajian Visual.....60
4.1.4. Hasil relevansi karya dengan masalah perancangan.....107
4.2. Pameran Karya.....109
4.3. Hasil Uji Desain.....110
4.3.1. Profil Pengguna..... 110
4.3.2. Umpan balik pengguna..... 112
4.3.3. Menemukan kekuatan karya..... 119
4.3.4. Menemukan kelemahan karya..... 119
4.3.5. Rumusan perbaikan karya.....121
**BAB V..... 123**
**Kesimpulan Dan Saran..... 123**
5.1. Kesimpulan..... 123
5.2. Saran..... 124
**Daftar Pustaka..... 125**
**Lampiran..... 129**

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 ..... 5
Tabel 3.1 ..... 49
Tabel 3.2 ..... 51

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 AISAS..... 12
Gambar 2.2 Kombinasi Warna Teal..... 15
Gambar 2.3 Font Sans Serif..... 17
Gambar 2.4 Mindmapping Filloistic..... 27
Gambar 2.5 Moodboard..... 28
Gambar 2.6 Sketsa Layout..... 30
Gambar 2.7 Proses Pembuatan Visual..... 31
Gambar 2.8 Hasil Pembuatan Visual..... 31
Gambar 2.9 Potret Pameran Di Mall Transpark Bintaro..... 32
Gambar 3.1 Aturan Ruang Aman dan..... 39
Penempatan Logo pada Layout Konten Filloistic..... 39
Gambar 3.2 Warna Tosca Dan Putih..... 41
Gambar 3.3 Warna Tosca Dan Putih..... 42
Gambar 3.4 Sampel Penerapan dan Karakteristik Fotografi Filloistic..... 44
Gambar 3.5 Batas Margin 70px..... 46
Gambar 3.6 Sampel Penerapan dan Karakteristik Gaya Desain Line Art Minimalist..... 47
Gambar 3.7 Penerapan Stilasi Ragam Hias Sulur..... 48
dengan Opacity 15% pada Latar Belakang Konten Filloistic..... 48
Gambar 4.1 Sistem Matriks Pengelolaan Content Plan Instagram Filloistic..... 53
Gambar 4.2 Media Instagram Filloistic..... 56
Gambar 4.3 Feeds 1 Instagram Filloistic..... 57
Gambar 4.4 Feeds 2 Instagram Filloistic..... 59
Gambar 4.5 Feeds 3 Instagram Filloistic..... 61
Gambar 4.6 Feeds 4 Instagram Filloistic..... 63
Gambar 4.7 Feeds 5 Instagram Filloistic..... 65
Gambar 4.8 Feeds 6 Instagram Filloistic..... 67
Gambar 4.9 Feeds 7 Instagram Filloistic..... 69
Gambar 4.10 Feeds 8 Instagram Filloistic..... 71
Gambar 4.11 Feeds 9 Instagram Filloistic..... 73
Gambar 4.12 Feeds 10 Instagram Filloistic..... 75
Gambar 4.13 Cuplikan Reels 1 Instagram Filloistic..... 77
Gambar 4.14 Cuplikan Reels 2 Instagram Filloistic..... 79
Gambar 4.15 Cuplikan Reels 3 Instagram Filloistic..... 81
Gambar 4.16 Cuplikan Reels 4 Instagram Filloistic..... 83

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

Gambar 4.17 Cuplikan Reels 5 Instagram Filloistic..... 85
Gambar 4.18 Cuplikan Reels 6 Instagram Filloistic..... 87
Gambar 4.19 Cuplikan Reels 7 Instagram Filloistic..... 89
Gambar 4.20 Cuplikan Reels 8 Instagram Filloistic..... 91
Gambar 4.21 Cuplikan Reels 9 Instagram Filloistic..... 93
Gambar 4.22 Cuplikan Reels 10 Instagram Filloistic..... 95
Gambar 4.23 Instagram Story dan Highlight Profil Filloistic.....98
Gambar 4.24 Implementasi Perangkat Elektronik pada Meja Pameran.....98
Gambar 4.25 Desain Keychain Dua Sisi Filloistic.....100
Gambar 4.26 Desain Poster Resmi Filloistic sebagai Media Pendukung Pameran..... 101
Gambar 4.27 Dokumentasi Pameran.....104
Gambar 4.28 Diagram Persentase Kategori Pengunjung Pameran Filloistic.....105
Gambar 4.29 Diagram Persentase Jenis Kelamin Responden Kuesioner Filloistic.....106
Gambar 4.30 Diagram Persentase Rentang Usia Responden Kuesioner Filloistic..... 106
Gambar 4.31 Diagram Persentase Pekerjaan dan Kesibukan Responden Kuesioner Filloistic.....107
Gambar 4.32 Diagram Persentase Penilaian Harmonisasi Warna Filloistic..... 108
Gambar 4.33 Diagram Persentase Penilaian Keterbacaan Tata Letak..... 108
Gambar 4.35 Diagram Persentase Penilaian Kejelasan Informasi Produk.....110
Gambar 4.36 Diagram Persentase Penilaian Pengalaman Perangkat Demo..... 110
Gambar 4.37 Diagram Persentase Penilaian Citra Profesional Filloistic..... 111
Gambar 4.38 Data Rangkuman Umpan Balik Kualitatif Responden Filloistic.....112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id