

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK
MEMBANGUN PROMOSI *SOCIAL MEDIA MARKETING*
PT JAYA SURVEY INDONESIA MELALUI
MEDIA *INSTAGRAM***



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Nani Putri Ramadhanti (42320010058)

Dosen Pembimbing :
Octavianus Bramantha, M.Ds

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nani Putri Ramadhanti

NIM : 42320010058

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Komunikasi Visual untuk Membangun Promosi Social Media Marketing PT Jaya Survey Indonesia melalui Media Instagram

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Agustus 2024



Nani Putri Ramadhanti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nani Putri Ramadhanti
NIM : 42320010058
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Komunikasi Visual Untuk
Membangun Promosi Social Media Marketing
PT. Jaya Survey Indonesia Melalui Media
Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0304108803
Ketua Penguji : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0304108803
Penguji 1 : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101



Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif

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

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual


(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur selalu penulis curahkan kepada Allah SWT. yang selalu memberikan nikmat dan ridho hingga alhamdulillah atas izin-Nya, penulis dapat menyusun Tugas Akhir yang InsyaaAllah akan memperkaya studi literatur tentang peran Desain dalam ranah *Social Media Marketing*. Dalam era digital yang terus berkembang, *Social Media Marketing* telah menjadi komponen untuk menjangkau audiens secara luas dan beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana peran desain yang optimal dalam perancangan *Social Media Marketing*.

Besar harapan penulis agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi para desainer grafis dalam merancang strategi media sosial yang lebih efektif. Dalam kesempatan ini, penulis juga hendak mengucapkan terima kasih yang sangat banyak kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penulisan Tugas Akhir, mulai dari Riset Desain, Pembuatan Karya, Pameran, dan Finalisasi Tugas Akhir. Terima kasih banyak kepada ;

1. Allah SWT. karena telah mengizinkan hal-hal yang baik untuk terjadi di kehidupan penulis.
2. PT. Jaya Survey Indonesia selaku pihak mitra yang telah berkenan untuk berkolaborasi bersama untuk mencari formula tampilan Instagram yang bisa mencerminkan brand image.
3. Dekan Fakultas Desain Seni Kreatif, Pak Agus Budi, yang telah berkenan mendengarkan penulis ketika penulis menjelaskan karya pada saat pameran secara panjang lebar.
4. Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Pak Irfandi, yang sangat kooperatif dan sat set sat set ketika dimintai pertimbangan atau perizinan.
5. Dosen Koordinator TA, Bu Novena Ulita, yang tidak menyerah untuk membimbing penulis ketika penulis tantrum dan nekat ingin ganti judul. Terima kasih, Bu, telah meyakinkan penulis bahwa topik yang diambil penulis ini sebenarnya menarik.
6. Dosen Pembimbing TA, Pak Octavianus Bramantha, a.k.a Pak Oka, yang sangat chill dan koordinatif selama proses asistensi.
7. Orang-orang yang sangat manis dan membuatku merasa dimengerti sebagai manusia ; Devina, Safa, Fariz, Mas Nanu, Dini, Fajri, Dania, Mutia, Agus, Jihan, Ka Ochi.
8. Kawan-kawan DKV Menteng '20. Shafa, Faris, Attar, Tyo, Amat, Evita, Nuy, Ica, Haidar, Faiz, Revan. Semangat selalu.. Kalian semua keren! See you guys on top!
9. Kawan-kawan DKV'19. Ka Kenji, Ka Tanto, Ka Wahyu, Ka Phoebe, Ka Ajem, Ka Faisal, Ka lky.
10. Kim Sejeong. Lagu ballad Eonni adalah penyemangat!

Jakarta, 10 Agustus 2024

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nani Putri Ramadhanti
NIM : 42320010058
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Komunikasi Visual untuk Membangun Promosi Social Media Marketing PT Jaya Survey Indonesia melalui Media Instagram

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 Laporan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2024



Nani Putri Ramadhanti

ABSTRAK

Desain memiliki banyak fungsi yang dapat disalurkan sesuai dengan kebutuhannya sebagai sarana pendukung sebuah program. Salah satu program yang dapat didukung oleh desain adalah *Social Media Marketing*, yang merupakan sebuah proses mempromosikan suatu *website*, produk, atau layanan online dan melalui saluran social media. Dalam laporan Tugas Akhir ini, akan ditemukan sebuah proses yang ideal dalam membentuk konsepsi sebuah *Social Media Marketing*, berikut dengan tahapan yang optimal dalam produksi konten. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang memposisikan desainer sebagai *target audience* untuk mendapatkan kebutuhan yang sebenarnya harus didukung, terutama bagi pihak mitra yang ingin melakukan promosi di Instagram sebagai salah satu upaya *Digital Marketing*.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Design Thinking, Instagram.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The functions of design can be categorized according to the demand of supporting a program. One program that can be supported by design is Social Media Marketing, which is a process of promotion, in which it can be placed to a website, product, or service through social media platforms. In this Final Assignment report, there will be shown an ideal process in forming the concept of Social Media Marketing, along with the optimal stages in content production. The method used in this assignment is Design Thinking which puts designers as the target audience to get the actual needs that must be supported, especially for the client who tends to promote their services and products on Instagram as one of the Digital Marketing programs.

Keywords : *Social Media Marketing, Design Thinking, Instagram.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II : METODE PERANCANGAN	5
2.1 Orisinalitas	5
2.2 Target Perancangan	10
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Desain.....	12
2.4 Skema Proses Desain	18
BAB III : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	37
3.1 <i>Positioning</i> dan Konsep Desain	37
3.2 Strategi Pesan	39
3.3 Strategi Visual.....	43
3.4 Strategi Distribusi Karya	44
BAB IV : HASIL KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	47
4.1 Deskripsi Karya.....	47
4.2 Pameran Karya	60
4.3. Hasil Uji Desain.....	62
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : <i>Empathy Map</i>	19
Gambar 2 : Dimensi Desain Instagram.....	25
Gambar 3 : <i>Typeface</i> <i>Raleway</i>	27
Gambar 4 : Tampilan <i>Content Plan</i>	28
Gambar 5 : Tampilan Google Drive Dokumentasi.....	30
Gambar 6 : Situasi <i>Shooting</i> Konten	31
Gambar 7 : Proses <i>Editing</i> Konten	33
Gambar 8 : <i>Timeline</i> Pengerjaan Tugas Akhir	35
Gambar 9 : Kumpulan <i>Headline</i>	41
Gambar 10 : Implementasi Strategi Visual	44
Gambar 11 : <i>Standard Talent</i> Instagram Feeds.....	54
Gambar 12 : Pelaksanaan Pameran	61
Gambar 13 : Interaksi dengan Pengunjung Pameran.....	62
Gambar 14 : Rentang Usia Responden Kuisisioner	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Inspirasi Pembaharuan Karya	8
Tabel 2 : List 5W + 1H.....	23
Tabel 3 : Tahapan Testing	36
Tabel 4 : Kompetitor PT. Jaya Survey Indonesia	38
Tabel 5 : Karakteristik Gen Z dan Cara Menanggapinya	40
Tabel 6 : Penerapan Solusi Gen Z dalam <i>Headline</i>	42
Tabel 7 : Model Komunikasi AISAS	46
Tabel 8 : <i>Tagline</i> PT. Jaya Survey Indonesia.....	48
Tabel 9 : Media Pendukung untuk Promosi.....	49
Tabel 10 : Implementasi Tampilan <i>Social Media</i> terhadap <i>Brand Image</i>	52
Tabel 11 : Implementasi <i>Tagline</i> pada Media.....	56
Tabel 12 : Penjabaran Hierarki Desain.....	58
Tabel 13 : Distribusi Karya Desain.....	60
Tabel 14 : List Pertanyaan pada Kuisisioner.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 01 : Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 02 : Form Pendaftaran Sidang Tugas Akhir
- Lampiran 03 : Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir
- Lampiran 04 : Kartu Asistensi
- Lampiran 05 : *Display* Pameran
- Lampiran 06 : Form Penilaian Sidang *Preview*
- Lampiran 07 : *Instagram Post* untuk PT Jaya Survey Indonesia
- Lampiran 08 : Responden Kuisisioner

