

# **PERANCANGAN KONTEN EDUKASI DESAIN SEBAGAI STRATEGI SOFT SELLING FAWQ STUDIO UNTUK AUDIENS B2B**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
dalam Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir

Oleh:

**Sarah**

NIM 42321010113

Dosen Pembimbing:

**Rifki Aswan, S. Pd, M. Sn**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2025**

**LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA  
KOMPREHENSIF LOKAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah  
Nomor Induk Mahasiswa : 42321010113  
Jurusan/Program Studi : DKV  
Fakultas : FDSK

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 17/08/25

Yang memberikan pernyataan,



**Sarah**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sarah  
NIM : 42321010113  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Edukatif Berbasis Desain di Instagram Fawq Studio untuk Audiens B2B

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

Disahkan oleh:

Pembimbing : Rifki Aswan, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0312119002  
Ketua Penguji : Rifki Aswan, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0312119002  
Penguji 1 : Lukman Arief, S.Ds, M.Sn  
NIDN : 0316128101  
Penguji 2 : Firmansah, S.Pd, M.Sn  
NIDN : 0311048705



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2025

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.)

## ABSTRAK

Konten edukasi memiliki peran penting dalam membantu calon klien memahami proses kerja desain sekaligus memperkuat citra profesional studio kreatif. Perancangan ini bertujuan mengembangkan desain konten edukasi di Instagram Fawq Studio sebagai strategi *soft selling* untuk menjangkau audiens B2B seperti *brand*, agensi, startup, maupun individu kreatif. Observasi awal menunjukkan bahwa Fawq Studio belum memiliki konten yang relevan dan informatif di *feed* Instagram, sementara konten yang tersedia belum sepenuhnya mencerminkan upaya membujuk audiens secara halus ataupun mendorong interaksi lebih lanjut.

Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* dengan lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Dari eksplorasi diperoleh kata kunci visual modern, profesional, informatif, *engaging*, dan *user-friendly*, serta nilai-nilai kejelasan, efisiensi, kepercayaan, dan kolaborasi. Hasil perancangan berupa 12 konten *carousel* dengan penggunaan warna identitas *Red Rose*, abu-abu, dan putih, tipografi sans-serif (Dosis dan Montserrat), serta *layout* modular untuk mendukung keterbacaan. Penyusunan tema konten dilakukan secara berurutan, mulai dari dasar *branding* hingga praktik lanjutan seperti *storytelling* visual, *motion graphics*, dan animasi, sehingga audiens dapat memahami proses kreatif secara sistematis.

Evaluasi karya dilakukan melalui kuesioner kepada 20 responden, analisis data *insight* Instagram, serta wawancara dengan mitra. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas audiens menilai konten relevan, konsisten dengan identitas Fawq Studio, dan mampu menyampaikan pesan edukatif dengan jelas. Masukan juga diperoleh terkait pendalaman materi, studi kasus nyata, serta eksplorasi format distribusi seperti *Reels* atau video singkat. Revisi pasca pameran dilakukan dengan menata ulang tampilan *feeds*, menambahkan elemen penyambung, dan memperbaiki *layout* agar menghadirkan kesatuan serta irama visual yang lebih harmonis. Dengan demikian, perancangan ini membuktikan bahwa konten edukasi dapat menjadi strategi *soft selling* yang efektif untuk memperkuat citra profesional Fawq Studio di media sosial.

Kata Kunci: Konten Edukasi, Instagram, *Soft Selling*, Desain Komunikasi Visual, *Branding*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*Educational content plays an essential role in helping potential clients understand the design process while simultaneously strengthening the professional image of creative studios. This project aims to develop educational content design for Fawq Studio's Instagram as a soft selling strategy to reach B2B audiences such as brands, agencies, startups, and creative individuals. Initial observations revealed that Fawq Studio had not yet provided relevant and informative content on its Instagram feed, while existing content did not fully reflect subtle persuasive efforts or encourage further interaction.*

*The design method applied was Design Thinking, consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. From this exploration, the main visual keywords were identified as modern, professional, informative, engaging, and user-friendly, supported by values of clarity, efficiency, trust, and collaboration. The final output consisted of 12 carousel posts designed with the brand's identity colors (Red Rose, grey, and white), sans-serif typography (Dosis and Montserrat), and a modular layout to ensure readability. The content themes were arranged progressively, beginning with branding fundamentals and continuing toward advanced practices such as visual storytelling, motion graphics, and animation, allowing audiences to understand the creative process systematically.*

*Evaluation was conducted through questionnaires involving 20 respondents, analysis of Instagram insight data, and interviews with the studio partner. Results indicated that most audiences found the content relevant, consistent with Fawq Studio's identity, and effective in delivering educational messages. Feedback highlighted the need for deeper material, real case studies, and exploration of alternative formats such as Reels or short videos. Post-exhibition revisions focused on reorganizing the feed layout, adding connecting elements, and refining typography to create a stronger sense of unity and rhythm. Overall, this project demonstrates that educational content can serve as an effective soft selling strategy to strengthen Fawq Studio's professional image on social media.*

*Keywords: Educational Content, Instagram, Soft Selling, Visual Communication Design, Branding*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan ini dapat diselesaikan. Laporan ini dibuat untuk mengembangkan desain konten edukasi, guna meningkatkan citra profesional Fawq Studio dan menjangkau audiens B2B. Perancangan ini melibatkan berbagai metode pengumpulan data untuk memperoleh hasil yang relevan dan aplikatif.

Kami mengucapkan terima kasih kepada kak Nashrulloh Al Qorib selaku *executive producer* Fawq Studio untuk dukungan, informasi, dan data, kami juga berterima kasih kepada Bapak Rifki Aswan, S.Pd. M.Sn., selaku dosen pembimbing untuk dukungan, bimbingan, dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, kemudian kami berterima kasih kepada kak Firmansyah Nurman Gumay, M.Pd. dan kak Maulaya Arinil Haq selaku narasumber pengguna jasa Fawq Studio atas informasi, dan data yang dibagikan kepada peneliti. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat praktis maupun teoritis bagi pengembangan konten untuk mengedukasi calon klien di masa mendatang.

## DAFTAR ISI

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| COVER DALAM.....                                    | i         |
| LEMBAR PERNYATAAN.....                              | ii        |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                              | iii       |
| ABSTRAK.....                                        | iv        |
| ABSTRACT.....                                       | v         |
| KATA PENGANTAR.....                                 | vi        |
| DAFTAR ISI.....                                     | vii       |
| DAFTAR GAMBAR.....                                  | viii      |
| DAFTAR TABEL.....                                   | ix        |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                | x         |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                       | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                             | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                            | 3         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                          | 3         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                         | 3         |
| <b>BAB II METODE PERANCANGAN.....</b>               | <b>5</b>  |
| 2.1 Orisinalitas.....                               | 5         |
| <b>BAB III ANALISIS DATA &amp; PERANCANGAN.....</b> | <b>11</b> |
| 3.1 Positioning & Konsep Desain.....                | 11        |
| 3.2 Strategi Pesan.....                             | 11        |
| 3.3 Strategi Visual.....                            | 13        |
| 3.4 Strategi Distribusi Karya.....                  | 14        |
| <b>BAB IV HASIL KARYA DKV.....</b>                  | <b>16</b> |
| 4.1 Deskripsi Karya.....                            | 16        |
| 4.2 Pameran Karya.....                              | 21        |
| 4.3 Hasil Uji Desain.....                           | 22        |
| 4.4 Evaluasi Perancangan Karya.....                 | 35        |
| <b>BAB V. KESIMPULAN &amp; SARAN.....</b>           | <b>39</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                 | 39        |
| 5.2 Saran.....                                      | 40        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                          | <b>41</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                | <b>44</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1.</b> <i>Template Feed</i> Instagram (Sumber: Al Haq et.al., 2015).....                                                          | 6  |
| <b>Gambar 2.</b> Brosur & Logo (Sumber: Ekaputra, 2015).....                                                                                | 7  |
| <b>Gambar 3.</b> Skema Tahapan Metode <i>Design Thinking</i> .....                                                                          | 10 |
| <b>Gambar 4.</b> <i>Brand Guideline</i> .....                                                                                               | 14 |
| <b>Gambar 5.</b> Hasil Karya Lama untuk Pameran, 12 Konten <i>Carousel</i> Instagram.....                                                   | 18 |
| <b>Gambar 6.</b> Dokumentasi Pameran.....                                                                                                   | 22 |
| <b>Gambar 7.</b> Dokumentasi Pengunjung Pameran.....                                                                                        | 22 |
| <b>Gambar 8.</b> Dokumentasi <i>Display</i> Pameran.....                                                                                    | 22 |
| <b>Gambar 9.</b> Umpan Balik Tentang Familiaritas Terhadap Topik.....                                                                       | 23 |
| <b>Gambar 10.</b> Umpan Balik Tentang Ketertarikan Terhadap Judul Karya.....                                                                | 24 |
| <b>Gambar 11.</b> Umpan Balik Tentang Kesesuaian Konten dengan Target.....                                                                  | 24 |
| <b>Gambar 12.</b> Umpan Balik Tentang Daya Tarik Visual pada Pandangan Pertama.....                                                         | 25 |
| <b>Gambar 13.</b> Umpan Balik Tentang Fokus Visual yang Jelas.....                                                                          | 25 |
| <b>Gambar 14.</b> Umpan Balik Tentang Penilaian Terhadap Elemen Desain.....                                                                 | 26 |
| <b>Gambar 15.</b> Umpan Balik Tentang Penyampaian Pesan Edukatif.....                                                                       | 26 |
| <b>Gambar 16.</b> Umpan Balik Tentang Kesesuaian Gaya Visual dengan Audiens.....                                                            | 27 |
| <b>Gambar 17.</b> Umpan Balik Tentang Keseimbangan antara Profesionalisme dan Kreativitas.....                                              | 27 |
| <b>Gambar 18.</b> Umpan Balik Tentang Relevansi Konten Terhadap Kebutuhan Pengguna.....                                                     | 28 |
| <b>Gambar 19.</b> <i>Screenshot Insight</i> Karya Konten Lama, Pertama dan Kedua (sumber: Nashrulloh Al Qorib, 2025).....                   | 29 |
| <b>Gambar 20.</b> Karya Konten Tampilan <i>Feeds</i> Lama (Kiri), Karya Konten Tampilan <i>Feeds</i> Pasca Pameran atau Revisi (Kanan)..... | 38 |
| <b>Gambar 21.</b> Cuplikan Karya Revisi <i>Carousel</i> Pertama (Foto).....                                                                 | 38 |
| <b>Gambar 22.</b> Cuplikan Karya Revisi <i>Carousel</i> Kedua (Foto).....                                                                   | 38 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 1.</b> Referensi Karya Terdahulu.....                                         | 6  |
| <b>Tabel 2.</b> Ringkasan <i>Insight</i> Karya 12 Konten di Instagram Fawq Studio..... | 29 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Lampiran 1.</b> Kartu Asistensi.....                                                      | 44 |
| <b>Lampiran 2.</b> Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir.....                            | 45 |
| <b>Lampiran 3.</b> Lembar Catatan Revisi Dosen Penguji 1.....                                | 46 |
| <b>Lampiran 4.</b> Lembar Catatan Revisi Dosen Penguji 2.....                                | 47 |
| <b>Lampiran 5.</b> Lembar Catatan Revisi Dosen Penguji 3.....                                | 48 |
| <b>Lampiran 6.</b> Turnitin.....                                                             | 49 |
| <b>Lampiran 7.</b> Lembar Pernyataan Similarity Check.....                                   | 50 |
| <b>Lampiran 8.</b> Dokumentasi Pameran.....                                                  | 51 |
| <b>Lampiran 9.</b> Hasil Karya <i>Carousel Final</i> (Karya Berupa Format Foto & Video)..... | 52 |

