

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI SIAP SNBT BIMBEL STRATEGIS MELALUI MEDIA SOSIAL

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Adam Nurbani Harefa

NIM 42323110012

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing :
Rifki Aswan, S.Ds

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

HALAMAN PENGESAHAN

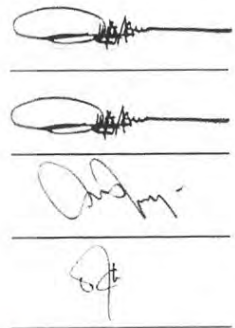
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adam Nurbani Harefa
NIM : 42323110012
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Strategi Perancangan Promosi Siap SNBT
Bimbel Strategis Melalui Media Sosial

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 : 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



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.)

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adam Nurbani Harefaah
 Nomor Induk Mahasiswa : 42323110012
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

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, 25 Juli 2025

Yang memberikan pernyataan,



ADAM NURBANI HAREFAH

PROMOTIONAL DESIGN OF “SIAP SNBT BIMBEL STRATEGIS” THROUGH SOCIAL MEDIA

Adam Nurbani Harefa
42323110012

ABSTRACT

The visual design of the Siap SNBT promotion program by Bimbel STRATEGIS through social media platforms such as Instagram and TikTok is a strategic initiative to address the challenges of promotional communication in the digital era. In this project, the designer presents eight different types of visual content, including congratulatory posts for PTN admissions, academic tips, student and alumni testimonials, interactive quizzes, slice-of-life content, and hard-selling promotions that designed with a consistent visual style that resonates with the character of Gen Z. The use of Bimbel STRATEGIS signature colors, blue and red, combined with bright accent colors to enhance visual appeal, while sans serif typography is applied to maintain readability and reinforce the brand's identity. The content is designed to align with social media features such as Reels, Stories, Carousels, and Feeds, ensuring optimal engagement and platform compatibility.

To deliver a strong visual message, the design process follows a design thinking approach, involving data collection through interviews, observations, and questionnaires conducted with students and staff of the Bimbel. The final designs were then tested through both offline and online exhibitions, as well as direct publication on Bimbel STRATEGIS official social media platforms. Audience responses indicated that the new designs were more well received and considered to better reflect the identity of Bimbel STRATEGIS, with a significant increase in engagement compared to the previous visuals.

Through this design, Bimbel STRATEGIS promotional campaign presents itself as fresher, more relevant, and more communicative to the younger audience. This design is also expected to serve as a reference for other educational institutions in managing social media-based promotional strategies to enhance the appeal and engagement of their educational services.

Keyword: Visual Design, Social Media, Digital Era, Instagram, Bimbel STRATEGIS

PERANCANGAN PROMOSI SIAP SNBT BIMBEL STRATEGIS MELALUI MEDIA SOSIAL

Adam Nurbani Harefa
42323110012

ABSTRAK

Perancangan visual promosi program Siap SNBT dari Bimbel STRATEGIS melalui media sosial Instagram dan TikTok, menjadi langkah strategis untuk menjawab tantangan komunikasi promosi di era digital. Dalam karya ini, perancang menghadirkan delapan jenis konten visual yang berbeda seperti ucapan selamat kelulusan PTN, tips akademik, testimoni siswa dan alumni, kuis interaktif, konten slice-of-life, hingga promosi hard selling (promo) yang dirancang dengan gaya visual yang konsisten dan sesuai karakter Gen Z. Penggunaan warna utama biru dan merah khas Bimbel STRATEGIS dipadukan dengan aksen warna cerah untuk meningkatkan daya tarik visual, sementara tipografi sans serif digunakan untuk menjaga keterbacaan dan identitas brand. Konten didesain dengan menyesuaikan fitur sosial media seperti reels, story, carousel, dan feed.

Untuk menyampaikan pesan visual yang kuat, proses desain ini dilakukan dengan pendekatan design thinking yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, hingga kuesioner kepada siswa dan staf Bimbel. Hasil karya kemudian diuji melalui pameran offline dan online, serta publikasi langsung di media sosial resmi Bimbel STRATEGIS. Respons dari audiens menunjukkan bahwa desain baru lebih disukai dan dinilai mencerminkan identitas Bimbel STRATEGIS secara lebih baik, dengan peningkatan interaksi yang signifikan dibanding desain sebelumnya.

Melalui karya ini, promosi Bimbel STRATEGIS mampu tampil lebih segar, relevan, dan komunikatif di mata audiens muda. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan lain dalam mengelola strategi promosi berbasis media sosial untuk meningkatkan daya tarik dan engagement terhadap layanan pendidikan.

Kata Kunci: Desain Visual, Media Sosial, Era Digital, Instagram, Bimbel STRATEGIS

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Siap SNBT Bimbel Strategis Melalui Media Sosial”.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, saya menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Bapak Rifki Aswan, S.Pd, M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana.
4. Mitra Bimbel STRATEGIS, Khususnya Bapak Dadang Herdiana selaku pemilik Bimbel STRATEGIS dan Salsabila Firdausa selaku staff Bimbel STRATEGIS yang memberi dukungan dalam pelaksanaan tugas akhir
5. Papah, Mamah, Ayah dan Ibu Mertua, Istri dan anak anak saya, Aisyah dan Abdurrahman yang selalu mensupport saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Dan terakhir, diri penulis itu sendiri yang sanggup bertahan hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan.....	1
B. Rumusan Masalah Perancangan.....	2
C. Tujuan Perancangan	3
D. Manfaat Perancangan.....	3
II. METODE PERANCANGAN	5
A. Orisinalitas	5
B. Target Perancangan	7
C. Relevansi & Konsekuensi Studi	8
D. Teknologi yang Dibutuhkan.....	8
E. Material Desain	9
F. Biaya Perancangan dan Produksi	9
G. Skema Proses Desain	10
III. ANALISIS DATA & PERANCANGAN	12
A. Positioning dan Konsep Desain	12
B. Strategi Pesan.....	13
C. Strategi Visual.....	14
1. Warna.....	16
2. Tipografi	17
3. Layout.....	17
4. Asset (Foto/Illustrasi/Video).....	17
D. Strategi Distribusi Karya.....	18
IV. HASIL KARYA DKV	20
A. Deskripsi Karya.....	20
1. Visual Karya	20
2. Hasil relevansi karya dengan masalah perancangan	32
B. Pameran Karya.....	34
1. Pameran Offline	35
2. Pameran Online (Gmeet)	35
C. Hasil Uji Desain.....	38
1. Peningkatan Tampilan Desain.....	38

D. Evaluasi Perancangan Karya.....	42
1. Menemukan kekuatan karya	43
2. Menemukan kelemahan karya	43
3. Rumusan perbaikan karya.....	44
V. KESIMPULAN DAN SARAN	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Referensi Desain Media Sosial.....	6
Tabel 2. 2 Biaya Perancangan dan Produksi	9
Tabel 4. 1 Spesifikasi Teknis Rancangan Desain Bimbel STRATEGIS ..	28

