

**PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI
TOURING UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Godwin Ananta Halongangan
00000061904

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI
TOURING UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Godwin Ananta Halongangan
00000061904**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Godwin Ananta Halongangan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061904

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI *TOURING* UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 6 Januari 2025



(Godwin Ananta Halongangan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI *TOURING* UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK

Oleh

Nama Lengkap : Godwin Ananta Halongangan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000061904
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/ 067811

Penguji



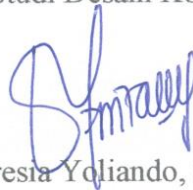
Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Pembimbing



Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/ 023902

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresa Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NamaLengkap : Godwin Ananta Halongangan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000061904
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM MENGENAI TOURING
UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 6 Januari 2024



(Godwin Ananta Halongangan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul "Perancangan Media Sosial Instagram mengenai *Touring* untuk Pengguna Vespa Klasik."

Tugas akhir ini disusun sebagai wujud dari upaya penulis dalam memahami pentingnya informasi mengenai *Touring* bagi komunitas pengguna Vespa klasik. Melalui perancangan media sosial Instagram, diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan meningkatkan interaksi antar pengguna.

Harapan penulis, hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengguna Vespa klasik serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Semoga media sosial Instagram yang dirancang dapat mendukung kegiatan *Touring* dan memperkuat hubungan antar anggota komunitas.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Azzahra Aulia Kresna Putri, yang telah dengan sepenuh hati menemani dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian tugas akhir ini.

7. Adimas Nugroho, selaku Narasumber, telah memberikan kontribusi yang berharga melalui pengetahuan dan wawasan yang dibagikannya, sehingga penelitian tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif bagi komunitas pengguna Vespa klasik dengan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya persiapan touring yang tepat. Diharapkan, media sosial Instagram yang dirancang dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan menarik, serta memperkuat interaksi antar anggota komunitas. Selain itu, semoga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang desain komunikasi visual dan media informasi digital. Dengan demikian, harapan penulis adalah agar hasil dari tugas akhir ini dapat menginspirasi lebih banyak orang untuk menjelajahi dunia touring dengan Vespa klasik secara aman dan menyenangkan.

Tangerang, 6 Januari 2024



(Godwin Ananta Halongangan)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI TOURING UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK

(Godwin Ananta Halongangan)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media sosial Instagram yang informatif mengenai touring untuk pengguna Vespa klasik. Latar belakang penelitian ini didasari oleh kurangnya informasi yang menarik dan relevan tentang persiapan touring bagi komunitas Vespa klasik, yang mengakibatkan banyak pengguna mengabaikan persiapan yang penting. Metode perancangan yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan analisis konten yang relevan untuk mengidentifikasi kebutuhan audiens. Hasil perancangan mencakup konten visual berupa feeds, stories, dan reels yang menyajikan informasi tentang persiapan touring, panduan rute, dan tips keamanan. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai platform untuk menyampaikan informasi dapat meningkatkan pengetahuan dan interaksi antar pengguna Vespa klasik. Dengan desain yang menarik dan konten yang bermanfaat, diharapkan media ini dapat menjadi referensi utama bagi pengguna Vespa dalam merencanakan kegiatan touring.

Kata kunci: Vespa klasik, media sosial, touring, desain komunikasi visual, informasi.



PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI TOURING UNTUK PENGGUNA VESPA KLASIK

(Godwin Ananta Halongangan)

ABSTRACT (English)

This study aims to design an informative Instagram social media platform regarding touring for classic Vespa users. The background of this research is based on the lack of engaging and relevant information about touring preparation for the classic Vespa community, leading many users to overlook essential preparations. The design methods employed include observation, interviews, and content analysis to identify audience needs. The design results comprise visual content in the form of feeds, stories, and reels that provide information on touring preparation, route guides, and safety tips. The conclusion of this research indicates that utilizing Instagram as a platform for delivering information can enhance knowledge and interaction among classic Vespa users. With attractive designs and beneficial content, this media is expected to serve as a primary reference for Vespa users in planning their touring activities.

Keywords: *classic Vespa, social media, touring, visual communication design, information.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Media Informasi.....	5
2.1.1 Media Sosial.....	5
2.1.2 Instagram.....	5
2.2 Desain Komunikasi Visual	7
2.2.1 Elemen Desain	7
2.2.2 Prinsip Desain.....	8
2.2.3 Layout	13
2.2.4 Tipografi	15
2.2.5 Warna.....	17
2.2.5 Fotografi.....	18
2.3 Vespa Klasik	22
2.3.1 Komunitas dan Pengguna	22
2.3.2 Touring Vespa Klasik	22

2.4 Penelitian yang Relevan.....	22
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	24
3.1 Subjek Perancangan	24
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	25
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	28
3.3.1 Observasi.....	28
3.3.2 Wawancara	29
3.3.3 Kuesioner	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	32
4.1 Hasil Perancangan	32
4.1.1 Penelitian.....	32
4.1.2 Analisis	42
4.1.3 Konsep.....	43
4.1.4 Desain	46
4.1.5 Implementasi	61
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	65
4.2 Analisis Perancangan.....	66
4.2.1 Analisis Logo	66
4.2.2 Analisis Instagram Post	67
4.2.3 Analisis Instagram Ads.....	68
4.2.4 Analisis Keychain.....	69
4.2.5 Analisis T-Shirt	69
4.2.6 Analisis Pouch	70
4.2.7 Analisis Banner	70
4.2.8 Analisis Poster	71
4.2.9 Analisis Website	72
4.2.10 Analisis Beta Test	73
4.2.11 Anggaran.....	79
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	xvi

LAMPIRAN.....	xix
----------------------	------------



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Instagram Feeds	7
Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....	23
Tabel 4.1 Konten Pilar	45
Tabel 4.2 Sistem Konten.....	46
Tabel 4.3 Aset Foto	48
Tabel 4.4 Budgeting	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>We Are Social</i>	6
Gambar 2.2 Keseimbangan	8
Gambar 2.3 Kesatuan	9
Gambar 2.4 Hierarki Visual	10
Gambar 2.5 Tipografi yang Efektif untuk Media Sosial.....	11
Gambar 2.6 Instagram Coca-Cola.....	12
Gambar 2.7 Iklan Produk Xiaomi	12
Gambar 2.8 Checkerboard Feed.....	14
Gambar 2.9 Square.....	14
Gambar 2.10 Puzzle	15
Gambar 2.11 Pengaplikasian Tipografi di Media Feeds Instagram	17
Gambar 2.12 Warna Subtraktif	18
Gambar 2.13 Sumber Cahaya	20
Gambar 4.1 Observasi.....	33
Gambar 4.2 Wawancara	34
Gambar 4.3 Kuisisioner (Jenis Kelamin).....	36
Gambar 4.4 Kuisisioner (Usia)	36
Gambar 4.5 Kuisisioner (Domisili)	37
Gambar 4.6 Kuisisioner (Pekerjaan).....	37
Gambar 4.7 Kuisisioner (Pertanyaan 1).....	37
Gambar 4.8 Kuisisioner (Pertanyaan 2).....	38
Gambar 4.9 Kuisisioner (Pertanyaan 3).....	38
Gambar 4.10 Kuisisioner (Pertanyaan 4).....	39
Gambar 4.11 Kuisisioner (Pertanyaan 5).....	39
Gambar 4.12 Kuisisioner (Pertanyaan 6).....	39
Gambar 4.13 Kuisisioner (Pertanyaan 7).....	40
Gambar 4.14 Kuisisioner (Pertanyaan 8).....	40
Gambar 4.15 Kuisisioner (Pertanyaan 9).....	41
Gambar 4.16 Kuisisioner (Pertanyaan 10).....	41
Gambar 4.17 Kuisisioner (Pertanyaan 11).....	42
Gambar 4.18 Mindmap	43
Gambar 4.19 Moodboard	44
Gambar 4.20 Fotografi.....	45
Gambar 4.21 Sketsa Logo	46
Gambar 4.22 Logo	47
Gambar 4.23 Sketsa	50
Gambar 4.24 Palet Warna	50
Gambar 4.25 Font Monserrat	51
Gambar 4.26 Proses Crop Foto	52
Gambar 4.27 Proses Halftone	52
Gambar 4.28 Proses Layouting.....	53

Gambar 4.29 Feeds Carousel	54
Gambar 4.30 Feeds dan Reels Instagram	55
Gambar 4.31 Story Instagram	56
Gambar 4.32 Editing Reels	56
Gambar 4.33 Instagram Ads	57
Gambar 4.34 Finalisasi Konten Media Sosial	57
Gambar 4.35 Keychain	58
Gambar 4.36 T-shirt	58
Gambar 4.37 Pouch	59
Gambar 4.38 Banner	59
Gambar 4.39 Poster	60
Gambar 4.40 Website	60
Gambar 4.41 Implementasi Instagram Post	61
Gambar 4.42 Implementasi Ads	61
Gambar 4.43 Keychain Mockup	62
Gambar 4.44 T-shirt Mockup	62
Gambar 4.45 Pouch Mockup	63
Gambar 4.46 Banner Mockup	63
Gambar 4.47 Poster Mockup	64
Gambar 4.48 Website Mockup	64
Gambar 4.49 Bimbingan Spesialis	65
Gambar 4.50 Analisis Logo	67
Gambar 4.51 Analisis Instagram Post	68
Gambar 4.52 Analisis Instagram Ads	69
Gambar 4.53 Analisis Keychain	69
Gambar 4.54 Analisis T-Shirt	70
Gambar 4.55 Analisis Pouch	70
Gambar 4.56 Analisis Banner	71
Gambar 4.57 Analisis Poster	72
Gambar 4.58 Analisis Website	72
Gambar 4.59 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 1)	73
Gambar 4.60 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 2)	74
Gambar 4.61 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 3)	74
Gambar 4.62 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 4)	75
Gambar 4.63 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 5)	76
Gambar 4.64 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 6)	76
Gambar 4.65 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 7)	77
Gambar 4.66 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 8)	77
Gambar 4.67 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 9)	78
Gambar 4.68 Beta Test Kuesioner (Pertanyaan 10)	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xix
Lampiran Form Bimbingan.....	xxv
Lampiran Form Bimbingan Spesialis	xxvii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxviii
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxix
Lampiran Kuesioner.....	xxx
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxiv
Lampiran Hasil Observasi.....	xli
Lampiran Hasil Beta Test	xlii

