



RINGKASAN

TASIYA NURUL RAHMAH. 2021. Proses Desain Konten Instagram Morula Food sebagai Media Komunikasi Pemasaran di Diciri 4.0. *The Process of Design Morula Food's Instagram Content as a Medium of Marketing Communication at Diciri 4.0.* Program Studi Komunikasi. Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI

Komunikasi dengan pemasaran memiliki keterkaitan yang erat, tanpa komunikasi, konsumen ataupun masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan produk yang ditawarkan. Seiring perkembangan teknologi informasi, komunikasi pemasaran pun merambah ranahnya pada media sosial, salah satunya melalui Instagram. Tingginya persaingan bisnis di media Instagram membuat pemasar harus melakukan langkah strategis dalam memanfaatkannya. Bekerja sama dengan *digital agency* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan. Diciri 4.0 merupakan salah satu *digital agency* di Indonesia dengan salah satu kliennya yaitu Morula Food. Sebuah konten Instagram tentunya harus melalui proses desain agar konten tersebut bisa menjadi sarana *brand* untuk berkomunikasi dengan khalayak.

Penulisan Laporan Akhir ini memiliki tujuan yaitu untuk menjelaskan proses desain konten Instagram Morula Food sebagai media komunikasi pemasaran di Diciri 4.0, serta menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam proses desain tersebut. Laporan Akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Diciri Konsultan Pemasaran Digital atau yang dikenal dengan Diciri 4.0, yang berlokasi di Ruko 6 Green Residence, Jl Pangeran Sogiri, RT 01 / RW 01, Tanah Baru, Kota Bogor, Jawa Barat, 16154. Data terdiri dari data sekunder dan data primer yang diperoleh melalui observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka.

Proses desain konten Instagram Morula Food harus dilakukan dengan cermat karena menjadi salah satu kunci efektifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan. Desain harus merepresentasikan visi, misi, filosofi, dan *image brand*, sehingga desain dapat mewakili Morula Food untuk berkomunikasi dengan khalayaknya. *Brief* yang awalnya berupa konsep konten akan divisualisasikan menggunakan *software* Adobe Photoshop dengan menerapkan prinsip-prinsip desain. Desain konten kemudian melalui tahapan pemberian *feedback* dan *approval* hingga akhirnya konten tersebut diunggah pada media sosial Instagram.

Proses desain konten Instagram Morula Food di Diciri 4.0 tidak selamanya berjalan lancar, selalu terdapat hambatan yang terjadi. Hambatan tersebut diantaranya keterbatasan *stock* foto, koneksi internet *down*, kehabisan ide, dan manajemen waktu pengerjaan. Hambatan tersebut dapat diatasi dengan melakukan teknik penggabungan foto, mengganti koneksi internet, melakukan penelusuran kreatif, dan membuat *timeline* pengerjaan, sehingga proses desain tetap dapat terselesaikan dengan baik. Berdasarkan hambatan tersebut, sebaiknya Diciri 4.0 dapat menambah kecepatan internet kantor dan menambah sumber daya manusia baru yang lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kinerja Diciri 4.0 dalam menangani permasalahan klien.

Kata-kata kunci: Diciri 4.0, *digital agency*, Instagram, komunikasi pemasaran, proses desain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies