



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PENERAPAN GAYA VISUAL PROMOSI ARRA JEWELS DI INSTAGRAM



Diajukan untuk memenuhi Persyaratan Diploma 3 Politeknik Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Beryl Arethusia Betsy
NIM : 22053111026
Program Studi : D3 - Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Penerapan Gaya Visual Promosi Arra Jewels di Instagram

Depok, 8 Juli 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Taufik Akbar SE., M.S.M.
NIP 198409132018031001

Restu Jati Suptro, S.Si., M.Sc.
NIP 198801142019031005

Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP 198007112015041001

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Beryl Arethusa Betsy
NIM : 2205311026
Program Studi : D3 - Administrasi Bisnis
Judul : Penerapan Gaya Visual Promosi Arra Jewels di Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Juli 2025
Waktu : 14.00 – 14.50 WIB
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc
NIP. 198801142019031005

Penguji I : Riskon Ginting, S.E., M.Si.
NIP. 196310161990031009

Penguji II : Drs., Anwar Mustofa, M.Hum.
NIP. 196410161991031003

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Penerapan Gaya Visual Promosi Arra Jewels di Instagram”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi D3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman praktik kerja lapangan (PKL) yang penulis lakukan di perusahaan Arra Jewels. Selama masa magang, penulis diberi kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam kegiatan promosi digital perusahaan, khususnya dalam pembuatan konten visual di media sosial Instagram. Melalui laporan ini, penulis mendapatkan pemahaman praktis tentang proses desain promosi, implementasi gaya visual yang konsisten, serta penggunaan tools digital seperti Canva dan Capcut untuk mendukung efektivitas komunikasi pemasaran perusahaan.

Dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta dorongan semangat selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini hingga dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang mendalam ini penulis sampaikan tersebut.

1. Drs. Syamsrizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2021-2025
3. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2025-2029.
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang berharga dalam penyusunan laporan ini.
6. Kepada Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama perkuliahan, yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Ariella Avisia selaku pembimbing lapangan dari Arra Jewels yang telah memberikan kepercayaan, dukungan, dan pendampingan selama penulis menjalani praktik kerja.
8. Seluruh staf dan karyawan Arra Jewels, yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas kepada penulis selama melaksanakan magang dan pengumpulan data.
9. Kedua orang tua dan keluarga penulis, atas doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi D3 Administrasi Bisnis, atas kerja sama dan motivasi selama masa studi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Beryl Arethus Betsy



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.5 Metode Penelitian.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pemasaran Digital.....	5
2.2 Promosi Digital	5
2.2.1 Tujuan Promosi Digital.....	6
2.2 Instagram Sebagai Media Promosi.....	7
2.2.1 Fitur Instagram untuk Promosi	8
2.2.2 Keunggulan Instagram sebagai Media Promosi.....	10
2.3 Gaya Visual Dalam Branding	12
2.4 Tools Digital untuk Produksi Konten	13
2.4.1 Canva	14
BAB III	14
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	14
3.1 Sejarah Perusahaan	14
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	14
3.2.1 Visi.....	14

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.2 Misi	15
3.3 Filosofi Logo	15
3.4 Struktur Perusahaan	16
3.5 Aktivitas Perusahaan	17
BAB IV	19
PEMBAHASAAN	19
4.1 Identifikasi Kebutuhan Visual Promosi yang Sesuai dengan Karakteristik Brand Arra Jewels	19
4.2 Perancangan Gaya Visual Promosi yang Konsisten dan Menarik untuk Platform Instagram	21
4.3 Implementasi Hasil Perancangan Visual ke dalam Konten Digital Menggunakan Canva dan CapCut	29
4.3.1 Penggunaan Canva untuk Konten Statis	30
4.3.2 Penggunaan CapCut untuk Konten Dinamis	31
4.3.3 Flowchart Proses Pembuatan Konten	32
4.4 Dampak dan Hasil Implementasi	34
4.4.1 Analisis Tayangan dan Jangkauan Konten	35
4.4.2 Kinerja Berdasarkan Jenis Konten	35
4.4.3 Analisis Tayangan Konten Individu	35
4.5 Keterkaitan dengan Landasan Teori	36
BAB V	37
PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Arra Jewels	15
Gambar 3. 2 Struktur Perusahaan.....	16
Gambar 4.1 Instagram Arra Jewels sebelum penyesuaian.....	19
Gambar 4.2 Logo Arra Jewels Hitam	22
Gambar 4.3 Logo Arra Jewels Putih.....	22
Gambar 4.4 Gambar Penyesuaian Typografi.....	23
Gambar 4.5 Penyesuaian Editing Saturasi	24
Gambar 4.6 Penyesuaian Bayangan dan Sorotan.....	26
Gambar 4.8 Penyesuaian Ketajaman.....	27
Gambar 4.9 Penyesuaian Rona dan Suhu	28
Gambar 4.11 Contoh Story Instagram	30
Gambar 4.12 Flowchart Pembuatan Konten	33
Gambar 4.13 Insight Konten Populer dan Tayangan.....	34

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong transformasi besar dalam dunia pemasaran. Salah satu bentuk transformasi yang paling menonjol adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien (Nurani & Retno, 2021). Di antara berbagai platform yang tersedia, Instagram menempati posisi strategis karena mengandalkan kekuatan visual yang mampu menyampaikan pesan secara cepat dan menarik kepada audiens. Hal ini menjadikan strategi visual sebagai elemen penting dalam membentuk citra merek dan meningkatkan keterlibatan pengguna (Usman, 2025)

Instagram bukan hanya sekadar media berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi platform branding yang memungkinkan perusahaan untuk membangun identitas visual secara konsisten. Melalui fitur feed, story, dan reels, sebuah merek dapat menampilkan sisi profesionalitas, karakteristik produk, hingga nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen. Dalam konteks ini, gaya visual menjadi alat komunikasi utama yang menentukan bagaimana suatu merek dipersepsikan oleh publik (Irfan, 2013).

Tantangan utama yang sering dihadapi oleh bisnis dalam memanfaatkan Instagram secara optimal adalah ketidakkonsistenan gaya visual. Tampilan konten yang tidak seragam dalam pemilihan warna, font, layout, atau tone visual dapat menyebabkan citra merek menjadi kurang kuat dan sulit dikenali. Oleh karena itu, diperlukan strategi perancangan gaya visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga terstruktur dan selaras dengan identitas merek. Tools digital seperti Canva dan CapCut menjadi solusi praktis dalam proses produksi konten visual. Canva menyediakan beragam template desain grafis yang mudah digunakan untuk menciptakan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konten statis seperti feed dan story Instagram (Farida & Widyaningsih, 2023), sementara CapCut memungkinkan pembuatan konten video pendek yang menarik dengan fitur-fitur kreatif seperti transisi, animasi teks, dan pengaturan audio. Penggunaan kedua tools ini memungkinkan efisiensi dalam produksi konten sekaligus menjaga kualitas visual yang dihasilkan.

Arra Jewels adalah sebuah brand perhiasan handmade yang memanfaatkan Instagram sebagai media utama untuk mempromosikan produk-produknya. Melalui kegiatan magang yang dilakukan, penulis mengamati bahwa gaya visual pada konten yang ditampilkan masih belum menunjukkan konsistensi dan belum sepenuhnya mencerminkan karakter merek. Tidak adanya panduan visual yang baku menyebabkan variasi desain yang terlalu bebas, sehingga membingungkan audiens dan melemahkan daya tarik visual secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan perancangan dan implementasi gaya visual promosi untuk akun Instagram Arra Jewels dengan memanfaatkan tools digital Canva dan CapCut. Tujuan dari kegiatan ini adalah menciptakan identitas visual yang kuat, profesional, dan konsisten dalam setiap unggahan, baik berupa konten statis maupun dinamis. Selain meningkatkan kualitas tampilan visual, pendekatan ini juga diharapkan mampu mendukung upaya pemasaran secara keseluruhan, terutama dalam membangun kesadaran merek dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

Dengan memilih topik ini, penulis tidak hanya menerapkan ilmu dalam bidang administrasi bisnis, khususnya komunikasi pemasaran digital, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap strategi promosi visual sebuah brand melalui pendekatan praktis yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, perancangan dan implementasi gaya visual promosi menjadi aspek penting yang perlu dikaji dan diaplikasikan secara serius dalam menghadapi tantangan pemasaran digital saat ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan visual promosi yang sesuai dengan karakteristik *brand* Arra Jewels di Instagram.
2. Merancang gaya visual promosi yang konsisten dan menarik untuk platform Instagram.
3. Mengimplementasikan hasil perancangan visual ke dalam konten digital menggunakan Canva dan CapCut.

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui kebutuhan visual promosi yang sesuai dengan karakteristik brand Arra Jewels di Instagram.
2. Untuk mendesain gaya visual promosi yang konsisten, menarik, dan mendukung identitas brand.
3. Untuk menerapkan gaya visual yang telah dirancang ke dalam bentuk konten digital menggunakan Canva dan CapCut.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Penulis memperoleh pengalaman langsung dalam merancang konten promosi, mempelajari dan mempraktikkan teknik desain grafis menggunakan *Canva* serta editing video menggunakan *Capcut*, dua tools digital yang saat ini umum digunakan di industri kreatif.
2. Arra Jewels mendapatkan template dan konsep gaya visual yang dapat digunakan sebagai standar dalam membuat konten promosi, sehingga tampilan akun Instagram menjadi lebih rapi, menarik, dan sesuai dengan identitas merek.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Penulisan ini menjadi bukti nyata bahwa mata kuliah seperti komunikasi bisnis, pemasaran digital, dan teknologi informasi dapat diimplementasikan secara langsung di lingkungan profesional.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan promosi digital Arra Jewels di Instagram selama masa magang berlangsung. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai gaya visual yang diterapkan, serta merancang dan mengimplementasikan perbaikan visual yang lebih konsisten sesuai karakteristik brand.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Observasi langsung, yaitu pengamatan sistematis terhadap tampilan konten Instagram Arra Jewels, meliputi warna, tipografi, layout, dan tone visual. Observasi juga mencakup frekuensi unggahan dan jenis konten yang digunakan.
2. Dokumentasi, berupa tangkapan layar (screenshot), catatan aktivitas media sosial, dan insight dari Instagram Analytics sebagai data pendukung implementasi dan evaluasi konten.

Hasil dari observasi dan dokumentasi digunakan untuk menyusun pedoman gaya visual, yang kemudian diterapkan dalam pembuatan konten menggunakan tools digital seperti Canva untuk konten statis dan CapCut untuk konten dinamis.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan pembahasan tugas akhir yang berjudul “Penerapan Gaya Visual Promosi Arra Jewels di Instagram”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Visual promosi Arra Jewels di Instagram masih belum cukup memenuhi kebutuhan, terlihat dari ketidakkonsistenan elemen visual seperti warna, jenis huruf, tata letak, dan suasana dalam konten yang sudah diposting sebelumnya. Hal ini membuat citra merek kurang kuat dan tidak mencerminkan sifat eksklusif serta profesional yang menjadi ciri khas Arra Jewels sebagai brand perhiasan berlian alami.
2. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, telah dibuat desain tampilan visual promosi yang konsisten dan sesuai dengan ciri khas merek Arra Jewels. Elemen visual yang dirancang mencakup penggunaan logo yang tetap, pemilihan kombinasi warna yang anggun seperti hitam, putih, emas, dan krem, serta jenis huruf yang mendukung kesan mewah. Selain itu, juga dibuat panduan pengeditan visual yang mencakup saturasi, bayangan, pencahayaan, ketajaman, warna netral, dan kesan keseluruhan. Semua elemen tersebut dirancang agar membentuk identitas visual yang kuat, anggun, dan profesional.
3. Gaya visual diterapkan menggunakan alat digital Canva untuk konten statis dan CapCut untuk konten yang bergerak. Hasilnya, kualitas serta keselarasan tampilan konten yang dipublikasikan di Instagram semakin meningkat. Dengan bantuan analisis Instagram Insights, gaya visual ini terbukti memberikan dampak baik dalam meningkatkan jumlah tayangan, cakupan audiens, serta tingkat

keterlibatan pengguna, terutama pada fitur Instagram Story dan Reels.

5.2 Saran

Untuk mempertahankan keselarasan tampilan yang seragam dan memperkuat identitas merek, Arra Jewels disarankan untuk menetapkan panduan gaya visual yang telah dirancang sebagai pedoman utama dalam semua aktivitas promosi digital. Pedoman visual ini akan membantu tim internal dalam menciptakan konten yang konsisten, profesional, dan selaras dengan karakter merek. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas konten yang dirilis, terutama melalui alat analitik Instagram, agar strategi visual yang digunakan tetap terkini dengan tren dan selera audiens. Untuk meningkatkan kualitas serta efisiensi produksi konten, pelatihan penggunaan alat seperti Canva dan CapCut bagi tim pemasaran media juga sangat penting untuk dilakukan secara rutin.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Afandi, S. K. M. M., & Syahrul Amsari, S. E. S. M. S. (2024). *Digital Marketing: Strategi Unggul Di Era Digital*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=wKTyEAAAQBAJ>
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Chakti, G., & Abadi, A. Y. (n.d.). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. CELEBES MEDIA PERKASA. <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ>
- Chiranthan, C. V., Krishna Prasad, M., & Shreyas, R. Y. (2018). Digital MCB. *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017*, 3(1), 1514–1518. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>
- Christina, I. D., Fenni, F., & Roselina, D. (2019). Digital marketing strategy in promoting product. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 4(10), 58–66. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-4/10-05>
- Dr. Yoyo Sudaryo, S. E. M. M. K. A. C. A. A., Dr. Nunung Ayu Sofiati, S. P. M. M., Mohamad Arfiman Yosep, S. E. M. K., & Budi Nurdiansyah, S. T. I. N. S. E. M. H. (n.d.). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=kpD5DwAAQBAJ>
- Erlinda Tehuayo, S. E. M. S., Etwan Rizal Tamher, S. E. M. S., Merry M. Pelupessy, S. E. M. M., & Dr. Aisah Asnawi, S. E. M. S. (2024). *Mengenal Tren Pemasaran*. Takaza Innovatix Labs. <https://books.google.co.id/books?id=VikzEQAAQBAJ>
- Farida, A., & Widyaningsih, P. (2023). Pelatihan Video Editing Dengan Canva Bagi Guru Di SMK Murni 2 Surakarta. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 65–74. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i1.709>
- H, Y. (n.d.). *Memanfaatkan Seo, Konten, dan Media Sosial untuk Sukses Digital*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Marketing.

DIVA

PRESS.

<https://books.google.co.id/books?id=L0svEQAAQBAJ>

Irfan. (2013). *Perancangan Desain Komunikasi Visual animasi*.

<https://repository.mercubuana.ac.id/67674/>

Nurani, & Retno, D. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung. *Jurnal Benefit*, 8(2), 127–147.

Prajarini, D. (2021). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=txdPEQAAQBAJ>

Sanapang, G. M., Monalisa, M., Syam, A., Ardyan, E., Perdana, C. C., Efitra, E., & Dihniah, N. (2025). *Digital Marketing : Strategy & Inovasi Pemasaran Digital*. PT. Green Pustaka Indonesia.

https://books.google.co.id/books?id=LcY_EQAAQBAJ

Sholihin, M. R., Arianto, W., Khasanah, D. F., Widya, S., & Lumajang, G. (2018). *Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia (Advantages of Social Media in Developmentcreative Economic Digital Economy in Indonesia)*. 149–160.

Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding : Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek*. 1, 14–25.

Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>