

**STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM PEMBUATAN KONTEN  
VISUAL PADA INSTAGRAM @kominfodiy**

**SKRIPSI**



Disusun oleh

**FLORENSIUS GIDEON**

**18.96.0518**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM PEMBUATAN KONTEN  
VISUAL PADA INSTAGRAM @kominfodiy**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh  
**FLORENSIUS GIDEON**

**18.96.0518**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

#### SKRIPSI

#### STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM PEMBUATAN KONTEN VISUAL PADA INSTAGRAM KOMINFO DIY

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Florensius Gideon  
18.96.0518

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 23 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Alvia Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom  
NIK. 190302486

## HALAMAN PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

#### SKRIPSI

#### STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM PEMBUATAN KONTEN VISUAL PADA INSTAGRAM KOMINFO DIY

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Florensius Gideon  
18.96.0518

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 23 Mei 2023

#### Nama Penguji

Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom  
NIK. 190302486

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom M.A  
NIK. 190302360

Junaidi, S.Ag, M.Hum, Dr.  
NIK. 190302599

#### Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Tanggal 24 Mei 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya asli saya sendiri (Asli), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 08 Mei 2023



Florensius Gideon  
NIM. 18.96.0518

## MOTTO

“Apapun itu tetap melangkah untuk menjadi seorang Pemenang”

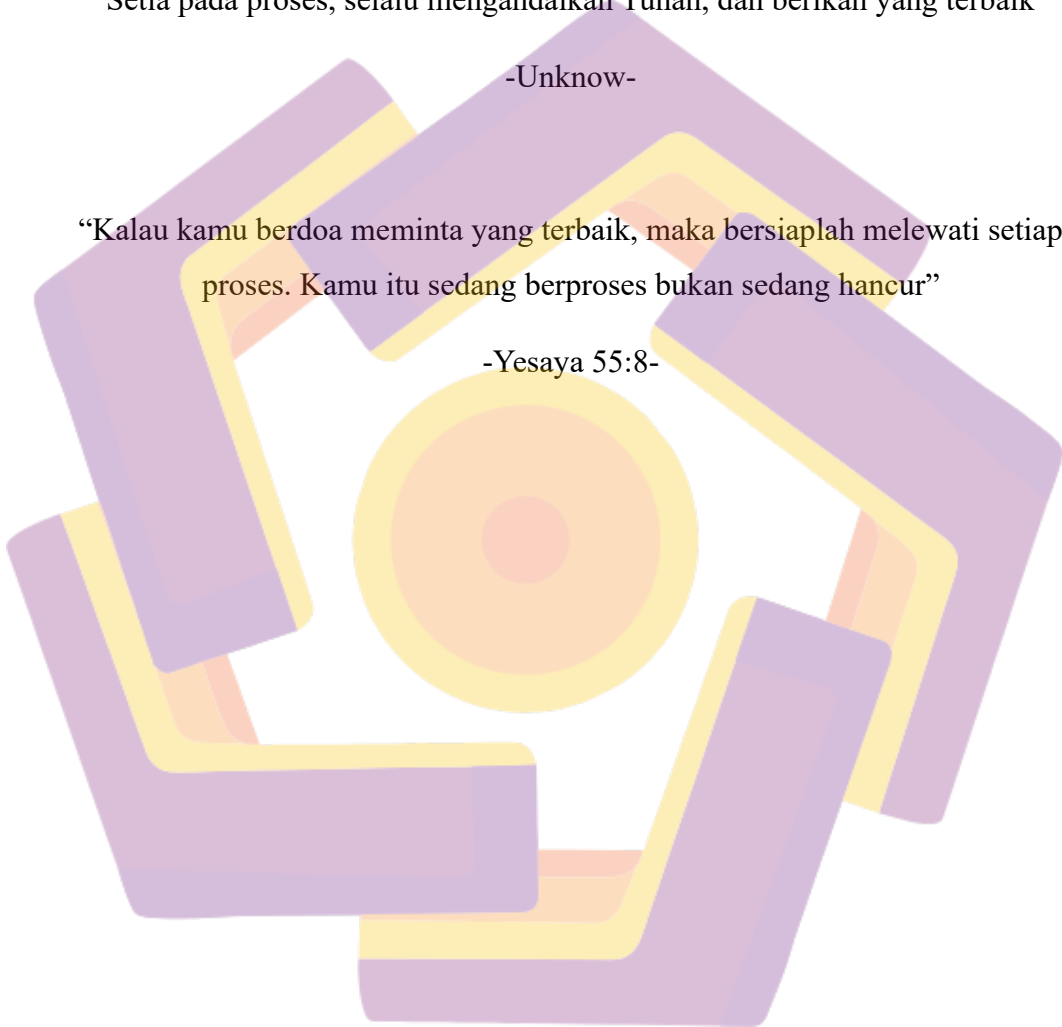
-Florensius Gideon-

“Setia pada proses, selalu mengandalkan Tuhan, dan berikan yang terbaik”

-Unknow-

“Kalau kamu berdoa meminta yang terbaik, maka bersiaplah melewati setiap proses. Kamu itu sedang berproses bukan sedang hancur”

-Yesaya 55:8-



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih penulis sampaikan semua pihak yang telah memberikan doa, nasihat serta dukungan lainnya. Skripsi ini merupakan bentuk pertanggung jawaban, bakti dan ungkapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia, berkat serta kekuatan kepada penulis sehingga skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik
2. Kepada orang tua, Xaverius Simeon dan Katharina Arni yang secara tulus mendoakan penulis tanpa henti serta memberikan dukungan materiil maupun non materiil bagi peneliti
3. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Almamater Universitas Amikom Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Desainer Grafis dalam Pembuatan Konten Visual pada Instagram @kominfodiy. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat doa, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr M. Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Alfian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dukungan, motivasi dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen dan seluruh staf pengajar di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
6. Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Bapak Nugroho Jannin Warepan, S.Kom., M.Eng. selaku Sub. Koordinator Kelompok Substansi Penyelenggaraan Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.



8. Ibu Pastika Setyorini, S.I.P, selaku Analis Informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
9. Mas Bromastra Krisna Putu Brata, S.Tr.I.Kom, selaku Pengelola Media Sosial, di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
10. Mas Andreas Bagas Wicaksono, S.Sos, selaku Pengelola Media Sosial, di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
11. Kedua orang tua saya, Bapak Xaverius Simeon dan Ibu Katharina Arni, yang secara tulus mendoakan penulis tanpa henti serta memberikan dukungan materiil maupun non materiil bagi peneliti
12. Kepada Klara Galuh Perwitasari, yang telah mendukung serta selalu memberikan motivasi dan membantu dalam penyusunan skripsi.
13. Teman - teman Ilmu Komunikasi 2018, yang memberikan motivasi dan dukungan dalam penyusunan skripsi.
14. Semua pihak yang telah memberikan doa serta dukungan selama masa perkuliahan khususnya selama penyusunan skripsi ini.

15. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Demikian kepada seluruh pihak yang mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis bisa menyusun laporan menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 08 Mei 2023



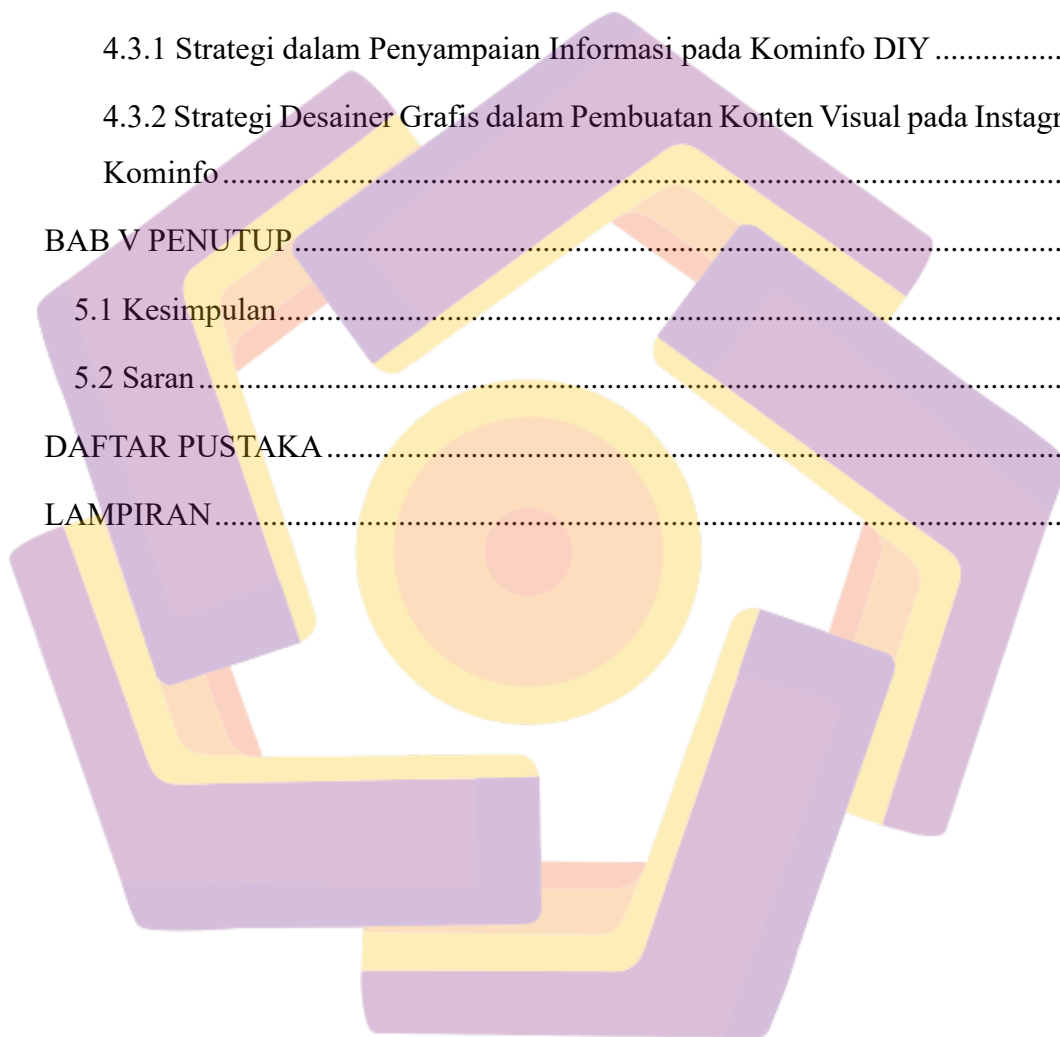
Florensius Gideon

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Bab .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Teori Strategi.....	7
2.1.2 Desainer Grafis .....	11
2.1.3 Desain Komunikasi Visual.....	13
2.1.4 Konten Visual .....	21

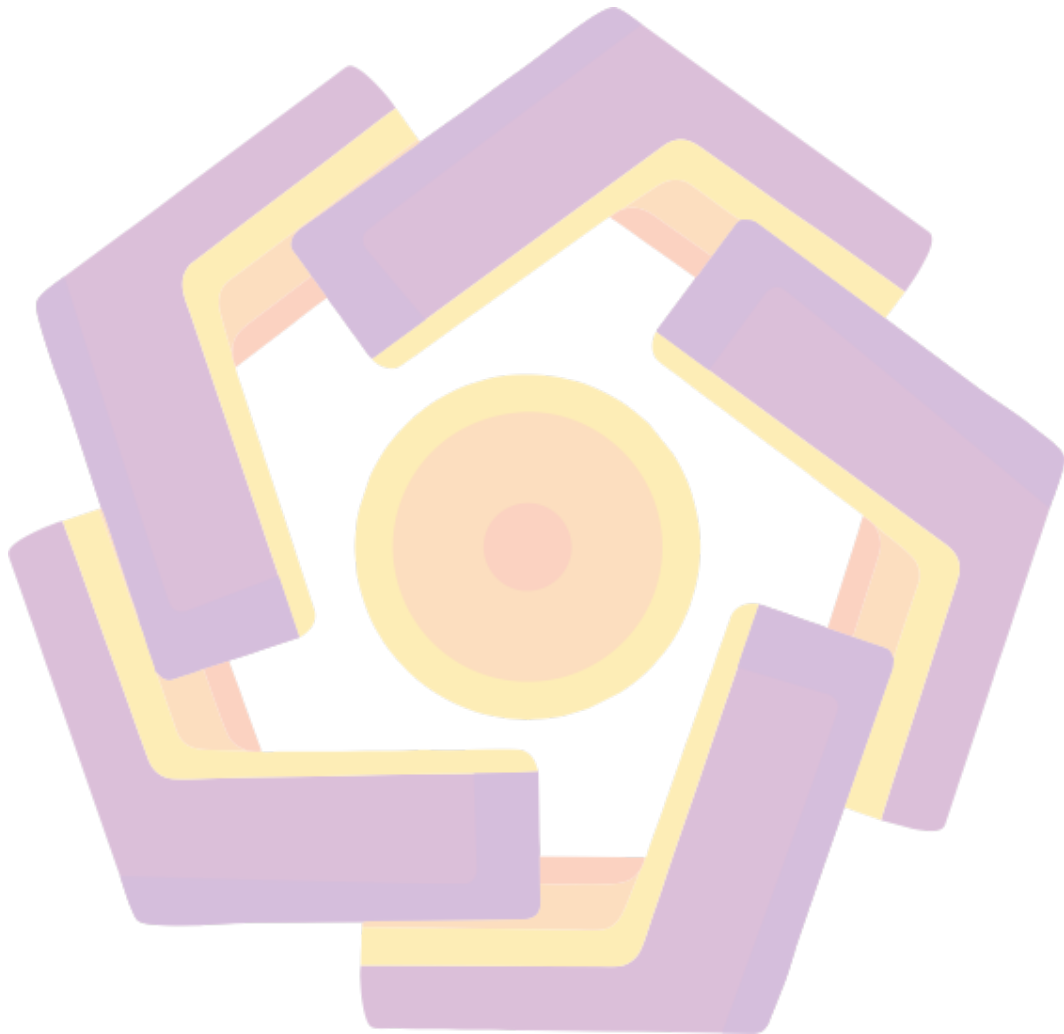
2.1.5 Media Sosial Intagram .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemahaman .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Sumber Data .....	32
3.2.1 Data Primer .....	32
3.2.2 Data Sekunder.....	32
3.3 Objek dan Subjek Penelitian .....	32
3.3.1 Teknik Penentuan Informan.....	32
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.3.3 Subjek Penelitian .....	33
3.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Wawancara .....	35
3.5.2 Dokumentasi .....	35
3.5.3 Observasi .....	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Profil Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta .....	39
4.1.3 Tujuan dan Sasaran .....	39
4.1.4 Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika DIY ...	40

4.1.5 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika DIY.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Strategi dalam Penyampaian Informasi pada Kominfo DIY .....	41
4.2.2 Strategi Desainer Grafis dalam Pembuatan Konten Visual pada Instagram Kominfo .....	49
4.3 Pembahasan .....	54
4.3.1 Strategi dalam Penyampaian Informasi pada Kominfo DIY .....	54
4.3.2 Strategi Desainer Grafis dalam Pembuatan Konten Visual pada Instagram Kominfo .....	56
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Penggunaan Media Sosial Bulan Januari 2022 .....	1
Gambar 1. 2 Tampilan Akun Instagram @kominfodiy .....	3
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika DIY .....	41
Gambar 4. 2 Konten Instagram @kominfodiy tentang isu-isu yang ada .....	44
Gambar 4. 3 Konten di Instagram @kominfodiy .....	45
Gambar 4. 4 Penggunaan Warna di Kominfo DIY .....	58
Gambar 4. 5 Contoh Penggunaan Elemen Garis pada Instagram @kominfodiy..	59
Gambar 4. 6 Contoh Penggunaan Elemen Bentuk pada Instagram @kominfodiy	60
Gambar 4. 7 Contoh Penggunaan Elemen Ruang pada Instagram @kominfodiy	61
Gambar 4. 8 Contoh Penggunaan Elemen Tekstur pada Instagram @kominfodiy .....	62
Gambar 4. 9 Contoh Penggunaan Prinsip Kesederhanaan pada Instagram @kominfodiy .....	63
Gambar 4. 10 Contoh Penggunaan Prinsip Keseimbangan pada Instagram @kominfodiy .....	63
Gambar 4. 11 Contoh Penggunaan Prinsip Kesatuan pada Instagram @kominfodiy .....	64
Gambar 4. 12 Contoh Penggunaan Prinsip Penekanan pada Instagram @kominfodiy .....	65
Gambar 4. 13 Panduan Font di Kominfo DIY .....	65
Gambar 4. 14 Contoh Penerapan Ilustrasi dan Gambar pada Instagram Kominfo DIY .....	66
Gambar 4. 15 Contoh Konten Foto Kutipan .....	70
Gambar 4. 16 Contoh Konten Infografis .....	70

## INTISARI

Desainer grafis merupakan pekerjaan dalam bidang komunikasi visual. Desainer grafis merancang karya visual yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi bagi pembaca. Desainer grafis menggunakan strategi dalam merancang karya visual, yaitu penggunaan komponen penting seperti elemen desain grafis dan prinsip desain grafis, sehingga dihasilkan sebuah karya visual yang bermakna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi desainer grafis dalam pembuatan konten visual pada akun Instagram @kominfodiy. Jenis penelitian yang digunakan adalah diskripsi kualitatif, yang difokuskan pada desain komunikasi visual di *posting*-an akun Instagram @kominfodiy. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data. Peneliti melakukan analisis data menggunakan *data reduction*, *data display*, dan *conclusion/verification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kominfo DIY menggunakan strategi fungsional (*Functional Strategy*) yang berfokus pada strategi manajemen sumber daya manusia dan strategi teknologi informasi. Desainer grafis menggunakan teori definisi strategi Mintzberg dalam “*5 P’s of Strategy*”, yaitu: *strategy as a plan* dalam merancang sebuah desain visual serta penerapan desain komunikasi visual yang terfokus pada elemen dan prinsip desain visual sebagai strategi dalam merencanakan konten-konten instagram @kominfodiy.

**Kata Kunci:** Desainer Grafis, Desain Komunikasi Visual, Strategi, Instagram.



## **ABSTRACT**

*Graphic designer is a job in the field of visual communication. Graphic designers design visual works that aim to convey a message or information for readers. Graphic designers use strategies in designing visual works, namely the use of important components such as graphic design elements and graphic design principles, so that a meaningful visual work is produced. This study aims to determine the strategy of graphic designers in creating visual content on @kominfodiy Instagram account. The type of research used is a qualitative dissertation, which is focused on visual communication design in @kominfodiy Instagram account posts. Meanwhile, data collection techniques are through interviews, observation, and documentation. The technique of testing the validity of data uses data triangulation techniques. Researchers conduct data analysis using data reduction, data display, and conclusion/verification. The results of this study show that the DIY Communication and Information Agency uses a functional strategy that focuses on human resource management strategies and information technology strategies. Graphic designers use Mintzberg's strategy definition theory in the "5 P's of Strategy", namely: strategy as a plan in designing a visual design and the application of visual communication design that focuses on visual design elements and principles as a strategy in planning Instagram content @kominfodiy.*

**Keywords:** *graphic designer, visual communication design, strategy, instagram.*

