

Pengembangan Konten Katalog Digital Media Sosial Instagram Rajaprint.id di PT. Mahkota Media Semesta

1st Andi Abdullah Siregar
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

andisiregar@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Ady Purna Kurniawan
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

adypurnakurniawan@telkomuniversity.ac.id

3rd Desy Puspa Rahayu
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

dspusparahayu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Rajaprint.id adalah unit usaha percetakan milik PT. Mahkota Media Semesta, dan berfungsi sebagai platform promosi dan katalog digital melalui akun Instagram @rajaprint.id. Tujuan akhir dari akun Instagram ini adalah untuk menghasilkan konten digital yang menarik, informatif, dan profesional dalam bentuk foto desain, prototype, dan gambar produk. Diharapkan melalui konten yang konsisten, akun Instagram ini dapat meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan, dan daya tarik visual bagi pelanggan. Metode pengerjaan menggunakan metode yang digunakan oleh perusahaan, yaitu meliputi Analisis Kebutuhan, Pengumpulan Materi, Implementasi, Validasi, Finalisasi dan Publikasi, dengan tujuan untuk dapat menghasilkan konten visual yang menarik dan informatif. Luaran proyek akhir ini mencakup berbagai hasil prototype produk percetakan yang dapat menarik audiens, memperkuat brand Rajaprint.id dan yang paling utama dapat memudahkan pelanggan menjelajahi produk secara digital.

Kata kunci— *Prototype, Konten Digital, Katalog, Instagram.*

I. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang berguna bagi bisnis, terutama dalam hal meningkatkan visibilitas, engagement, dan juga dalam hal untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang populer digunakan karena dapat menyajikan konten visual yang menarik kepada audiens secara luas.

Rajaprint.id, yang dioperasikan oleh PT. Mahkota Media Semesta, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, menyediakan berbagai layanan percetakan seperti mencetak kaos, topi, *banner*, spanduk, *box packaging*, dan barang lain yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan. Melalui halaman *feeds* akun instagram @rajaprint.id, terdapat berbagai portofolio produk baik dalam foto asli maupun prototype dengan tujuan untuk membantu calon pelanggan dalam memilih dan menentukan kebutuhan yang diperlukan.

Namun, seiring dengan perkembangan bisnis, instagram Rajaprint.id berpotensi untuk berkembang menjadi platform

media promosi [1] juga dengan harapan dapat memperluas audiens dan memperkuat identitas mereknya. Dengan mengoptimalkan konten visual yang menarik dan informatif, ini memungkinkan untuk meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru.

Oleh karena itu, proyek akhir ini berjudul “Pengembangan Konten Katalog Digital Media Sosial Instagram untuk Rajaprint.id di PT. Mahkota Media Semesta” disusun untuk mengembangkan konten katalog digital di instagram Rajaprint.id. Melalui postingan gambar dalam bentuk *prototype* pada *feeds* instagram rajaprint.id diharapkan agar dapat memperluas audiens, memperkuat citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Dengan adanya pengembangan ini, diharapkan instagram Rajaprint.id dapat berfungsi lebih baik sebagai katalog digital dan jangkauan pasar, serta memperkuat posisi perusahaan di industri percetakan.

II. KAJIAN TEORI

A. Profil Perusahaan

PT. Mahkota Media Semesta merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan dan media digital. Berkantor di Jl. Raya Pos Pengumben no.6, Sukabumi Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Untuk memenuhi permintaan pasar di kelas menengah atas. PT. Mahkota Media Semesta melalui Rajaprint.id menawarkan produk dan layanan mulai dari jasa pra cetak yang meliputi design, proofing, hingga percetakan. Pengguna jasa PT. Mahkota Media Semesta datang dari berbagai kalangan, mulai dari instansi pemerintah maupun perusahaan swasta, baik lembaga pendidikan maupun non pendidikan, dan juga yang bergerak dibidang bisnis maupun entitas non profit.

B. Media Sosial

Media sosial merupakan kumpulan dari berbagai aplikasi dengan basis internet. Teknologi internet merupakan basis media sosial, yang cara kerjanya melalui pengubahan model sebaran suatu informasi baik dari satu ke banyak sasaran maupun dari banyak sasaran ke banyak sasaran [2]. Jadi

media sosial adalah platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, berbagi dan membuat konten secara online dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contoh sosial media yang populer saat ini seperti whatsapp, tiktok, instagram, facebook, telegram, dan x.

C. Instagram

Instagram merupakan satu dari banyak media sosial yang populer digunakan saat ini, dan telah dinobatkan menjadi salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh di dunia pada tahun 2016 [3]. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak. Instagram menjadi salah satu aplikasi yang tidak hanya sebagai media hiburan melainkan juga dapat digunakan sebagai media untuk menemukan informasi [4].

D. Prototype

Prototype adalah model atau rancangan dari sebuah konsep desain yang digunakan sebagai acuan sebelum dibuat menjadi produk nyata. *Prototype* dapat digunakan sebagai visualisasi untuk melihat contoh hasil produk dalam bentuk digital [5]. Oleh karena itu *prototype* sangat dapat digunakan desainer sebagai media untuk melihat gambaran dari produk untuk dipresentasikan sehingga lebih menghemat waktu dan biaya serta dapat mempermudah tim atau pihak yang bekerja sama dalam memahami desain secara lebih realistis atau nyata.

E. Konten Digital

Konten digital adalah konten yang dapat dibuat dalam berbagai bentuk atau format, seperti tulisan, video, gambar, audio, atau kombinasi dari semua ini yang telah didigitalisasi sehingga dapat disimpan, dibaca, digunakan, dan dibagikan secara mudah di media digital dan online [6]. Konten digital dalam media promosi berisikan ide ataupun gagasan secara struktur kepada konsumen berisikan tentang pengembangan materi dari produk yang akan didistribusikan melalui media digital [7]. Jadi dapat disimpulkan bahwa konten digital adalah segala bentuk publikasi dengan proses digitalisasi yang dapat memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan khalayak.

F. Katalog

Katalog merupakan daftar atau catatan mengenai sesuatu untuk tujuan tertentu. Katalog juga bisa berupa barang yang ditawarkan yang tujuannya untuk dijual. Katalog dapat membantu dalam menyelesaikan proses pembelian dengan salah satu fungsinya yaitu mewujudkan daya tarik produk dan merupakan sarana yang baik untuk menyampaikan pesan komersial [8]. Dengan demikian katalog juga bisa diartikan sebagai daftar koleksi pusat dokumentasi dari suatu produk baik itu dibuat dalam bentuk fisik maupun digital.

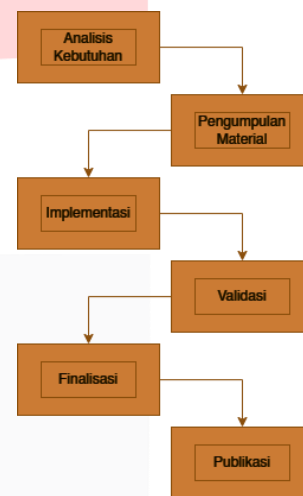
G. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop tersedia untuk Windows atau MacOS [9]. Adobe Photoshop adalah aplikasi grafis populer yang banyak digunakan oleh fotografer, desainer grafis,

pengembang web, seniman grafis, dan profesional kreatif. Adobe Photosop adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan gambar, dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar [10]. Pengguna dapat membuat, menyempurnakan karya seni, dan ilustrasi. Serta dapat juga digunakan untuk membuat desain produk atau mock up produk.

III. METODE

Metode pengerjaan menggunakan metode yang digunakan oleh perusahaan. Dalam pengembangan konten katalog digital, metode pengerjaan yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana sebuah produk atau desain akan terlihat dalam bentuk nyata tanpa harus membuat produk fisik terlebih dahulu. Metode pengerjaan yang digunakan melibatkan beberapa tahapan seperti Analisis Kebutuhan, Pengumpulan Material, Implementasi, Validasi, Finalisasi, dan Publikasi.



GAMBAR 1
Metode Pengerjaan

A. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan tahap pertama yang dilakukan dalam pengelolaan konten katalog digital di instagram rajaprint.id. Pada tahap ini juga dilakukan proses identifikasi kebutuhan konten dalam bentuk *prototype* yang akan dibuat berdasarkan produk yang akan ditampilkan di Instagram. Tujuannya untuk dapat memahami kebutuhan desain dan elemen visual yang diperlukan untuk pembuatan *prototype* tersebut. Dari *brainstorm* yang dilakukan menghasilkan beberapa tema konten yang akan dikerjakan yang salah satu contohnya yaitu *box packaging*. Berikut merupakan contoh analisis kebutuhan yang diperlukan untuk konten *box packaging* :

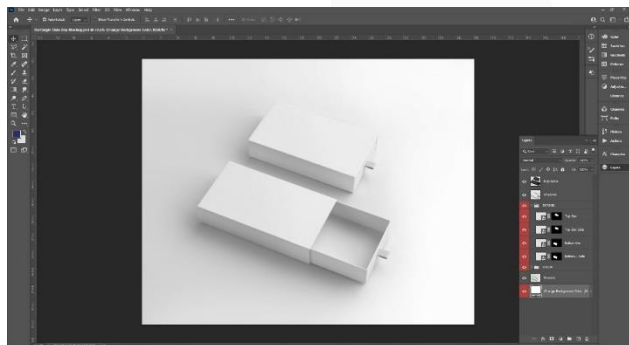
TABEL 1
Analisis Kebutuhan

No.	ANALISIS KEBUTUHAN	
	Kebutuhan Desain	Elemen Visual
1	Konten Prototype Sliding Box	- Template Mockup Sliding Box - Desain Logo - Logo Rajaprint.id - Tagline Promosi
2	Konten Prototype Magnet Box	- Template Mockup Magnet Box - Desain Logo - Logo Rajaprint.id - Tagline Promosi
3	Konten Prototype Gift Box	- Template Mockup Gift Box - Desain Logo - Logo Rajaprint.id - Tagline Promosi

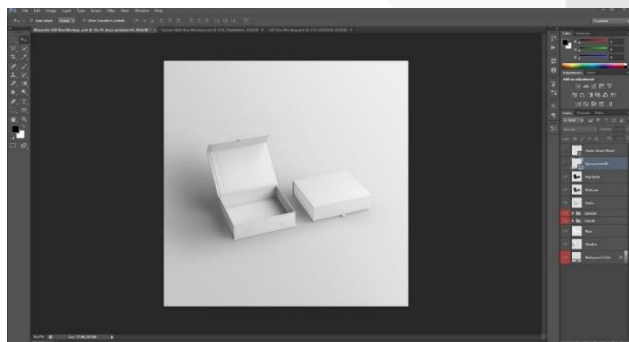
B. Pengumpulan Material

Setelah analisis kebutuhan, dilanjutkan dengan proses pengumpulan material desain yang diperlukan. Material desain berupa template mockup box, desain logo, logo perusahaan, dan tagline promosi sesuai dengan hasil dari proses analisis kebutuhan untuk ditampilkan dalam desain. Material ini dapat disimpan dan dikumpulkan agar dapat mempermudah proses desain. Berikut merupakan material yang sudah dikumpulkan :

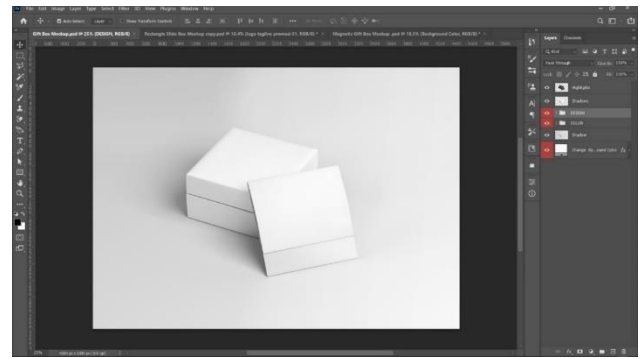
1. Template Mockup Box



GAMBAR 2
Template Mockup Sliding Box



GAMBAR 3
Template Mockup Magnet Box



Gambar 4
Template Mockup Gift Box

2. Desain Logo



GAMBAR 6
Logo ke-1



GAMBAR 5
Logo ke-2



GAMBAR 7
Logo ke-3

3. Logo Rajaprint.id



GAMBAR 8
Logo Rajaprint.id

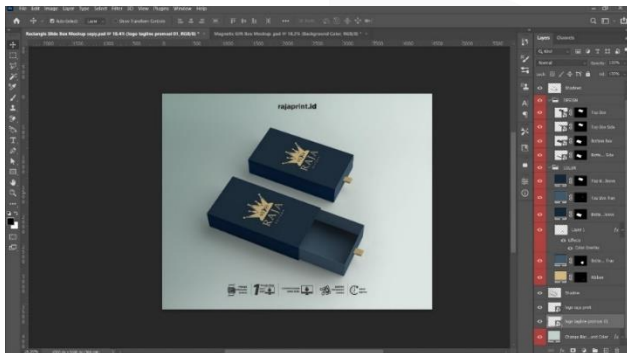
4. Tagline Promosi



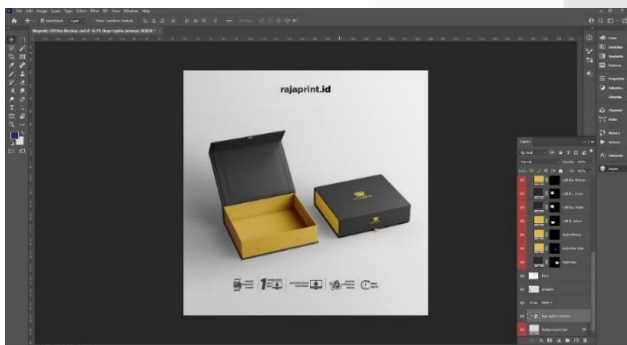
GAMBAR 9
Tagline Promosi

C. Implementasi

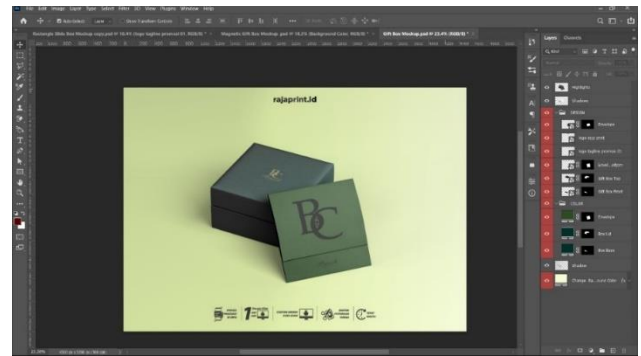
Proses selanjutnya setelah pengumpulan material adalah implementasi. Proses implementasi dilakukan menggunakan aplikasi desain yaitu Adobe Photoshop. Dengan menggabungkan material desain dikumpulkan dengan template mockup produk yang dibutuhkan. Proses implementasi ini juga mencakup penyesuaian desain yang diperlukan, seperti warna, tekstur, bayangan, pencahayaan dan sebagainya. Tujuannya agar dapat mendekati tampilan produk sebenarnya ketika sudah diproduksi. Proses implementasi desain dilakukan dengan menggabungkan semua material desain yang sudah dikumpulkan pada proses sebelumnya. Mulai dari logo, logo rajaprint.id, dan tagline promosi. Berikut merupakan hasil setelah semua material melalui tahap implementasi dan sudah menjadi satu kesatuan dalam desain.



GAMBAR 10
Hasil Implementasi Sliding Box



GAMBAR 11
Hasil Implementasi Magnet Box



GAMBAR 12
Hasil Implementasi Gift Box

D. Validasi

Setelah melakukan implementasi, tahap selanjutnya yaitu validasi, pada tahap ini konten prototype yang sudah dibuat ditampilkan kepada tim untuk mendapatkan masukan. Tujuannya agar jika ada tambahan yang dibutuhkan dapat dilakukan revisi sesuai dengan masukan dan saran yang diterima. Dan jika sudah mendapatkan validasi bisa dilanjutkan ke proses selanjutnya.

E. Finalisasi

Proses finalisasi dilakukan setelah melalui proses validasi. Proses finalisasi yang dilakukan yaitu menyimpan hasil konten prototype dalam format digital sesuai dengan kebutuhan media sosial yang digunakan. File akan disimpan dalam bentuk format PNG dan untuk file PSD dapat disimpan juga sebagai optional jika diperlukan proses revisi desain setelah konten diunggah ataupun bisa juga untuk mempermudah proses desain selanjutnya. Untuk file PNG yang akan diunggah pada instagram rajaprint.id. Berikut merupakan hasil export file dalam bentuk PNG :



GAMBAR 13
Hasil PNG Sliding Box



GAMBAR 14
Hasil PNG Magnet Box



GAMBAR 15
Hasil PNG Gift Box

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan tahapan analisis kebutuhan, pengumpulan material, implementasi, validasi, dan finalisasi maka selanjutnya akan masuk ke tahap publikasi. Publikasi merupakan implementasi dari semua tahapan yang sudah dilakukan yaitu dengan mengunggah konten *prototype* dalam format PNG yang sudah melalui tahap finalisasi ke *feeds* instagram rajaprint.id. Implementasi dilakukan untuk mengoptimalkan konten *feeds* Instagram Rajaprint.id, sehingga lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas merek perusahaan. Tahap implementasi ini mencakup dokumentasi kondisi awal sebelum dilakukan pengembangan konten, serta hasil akhir setelah pengembangan yang telah dilakukan.

A. Kondisi Sebelum Implementasi

Sebelum dilakukan pengembangan, akun Instagram Rajaprint.id menunjukkan beberapa kekurangan dalam pengelolaan konten yang berdampak langsung pada daya tarik dan efektivitas akun sebagai katalog digital. Kekurangan tersebut meliputi hasil publikasi konten yang tidak teratur mengakibatkan tata letak *feeds* yang tidak rapi dan konsistensi posting yang kurang terjaga.



GAMBAR 16
Kondisi Sebelum Implementasi

Berdasarkan gambar 16 dapat dilihat ketidakteraturan dalam tata letak konten pada *feeds* instagram rajaprint.id. Postingan pada *feeds* terlihat kurang terstruktur dan sulit menarik perhatian audiens sehingga mengurangi identitas instagram rajaprint.id sebagai katalog digital dari perusahaan percetakan. Selain tata letak pada *feeds* instagram, frekuensi dan konsistensi untuk publikasi konten juga menjadi kendala. Misalnya ada periode instagram rajaprint.id aktif dengan beberapa unggahan dalam satu kurun waktu tertentu, tetapi kemudian mengalami jeda panjang tanpa unggahan konten katalog digital baru. Kurangnya frekuensi dan konsistensi dalam publikasi konten katalog digital ini memberikan kesan kurang profesional dan tidak mampu memperluas jangkauan akun instagram rajaprint.id sebagai perusahaan percetakan.

B. Hasil Implementasi

Setelah dilakukan pengembangan, akun instagram rajaprint.id menunjukkan perubahan dalam pengelolaan konten yang berdampak pada efektivitas akun instagram rajaprint.id sebagai katalog digital. Pengembangan mencakup publikasi konten secara teratur dan terstruktur serta meningkatkan frekuensi dan konsistensi posting pada akun instagram rajaprint.id.



GAMBAR 17
Hasil Implementasi 1



GAMBAR 18
Hasil Implementasi 2

Berdasarkan gambar 17 dapat dilihat pengembangan dalam konten katalog digital mencakup publikasi konten secara teratur dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk pengembangan instagram rajaprint.id sebagai katalog produk. Sehingga memberikan kesan lebih terstruktur dan memudahkan pelanggan dalam menjelajahi katalog produk. Meningkatkan frekuensi dan konsistensi posting pada akun instagram rajaprint.id juga dilakukan guna untuk menciptakan kesan bahwa akun aktif dan agar dapat memperluas jangkauan dari akun instagram rajaprint.id sebagai katalog digital produk dari perusahaan PT. Mahkota Media Semesta.

Proses publikasi yaitu mengunggah konten yang sudah dibuat ke instagram rajaprint.id. Meliputi beberapa tahapan yaitu mengunggah gambar yang sudah disimpan dalam format PNG dan menambahkan *caption* dengan tujuan memberikan informasi, meningkatkan pemahaman, dan juga memperkuat identitas merek atau pesan yang ingin disampaikan. Berikut merupakan beberapa hasil implementasi yang dilakukan pada akun instagram rajaprint.id dapat dilihat pada gambar berikut :



GAMBAR 19
Hasil Implementasi 3

C. Timbal Balik Pengguna

Setelah implementasi pengembangan konten katalog digital, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan proyek dari dua aspek utama yaitu penilaian kepuasan dari perusahaan dan analisis data statistik yang diambil dari insight instagram. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengembangan konten mendukung fungsi Instagram Rajaprint.id sebagai katalog digital perusahaan.

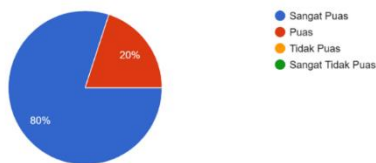
1. Penilaian Perusahaan

Penilaian dari perusahaan dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan perusahaan terhadap pengembangan konten

katalog digital yang dilakukan pada akun instagram rajaprint.id. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner dalam bentuk google form kepada pihak perusahaan untuk mengetahui penilaian terhadap hasil pengembangan yang dilakukan. Kuesioner berisikan 7 point pernyataan dan ditujukan kepada 5 responden yang mencakup Desain Grafis, Marketing Communication, Project Manager, Manager Operational dan Direktur Utama perusahaan. Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh perusahaan, berikut merupakan hasil penilaian untuk masing-masing pointnya dalam bentuk diagram lingkaran :

a. Hasil kuesioner pernyataan pertama

Desain feed Instagram Rajaprint.id memiliki tampilan yang menarik
5 jawaban

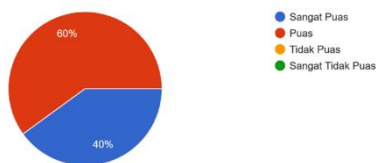


GAMBAR 20
Hasil Kuesioner Pertanyaan ke-1

Dari pernyataan pertama dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 80% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 20% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa desain yang ditampilkan sudah menarik. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

b. Hasil kuesioner pernyataan kedua

Desain feed Instagram sudah sesuai dengan permintaan perusahaan
5 jawaban

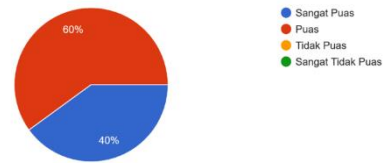


GAMBAR 21
Hasil Kuesioner Pertanyaan ke-2

Dari pernyataan kedua dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 40% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 60% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa menurut responden desain pada feeds instagram sudah sesuai dengan permintaan perusahaan dan dapat ditingkatkan lagi untuk mencapai tingkat kepuasan lebih tinggi. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

c. Hasil kuesioner pernyataan ketiga

Konten visual pada feed Instagram terlihat profesional
5 jawaban

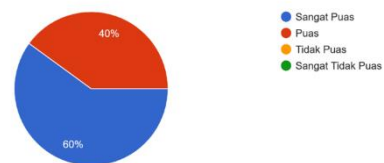


GAMBAR 22
Hasil Kuesioner Pertanyaan ke-3

Dari pernyataan ketiga dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 40% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 60% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa menurut penilaian responden konten visual pada feeds instagram terlihat profesional dan dapat ditingkatkan lagi untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

d. Hasil kuesioner pertanyaan keempat

Tata letak elemen pada desain feed Instagram terlihat rapi dan terorganisir
5 jawaban

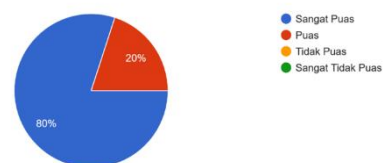


GAMBAR 23
Hasil Kuesioner Pertanyaan ke-4

Dari pernyataan keempat dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 60% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 40% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa desain yang ditampilkan sudah terlihat rapi dan terorganisir. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

e. Hasil kuesioner pernyataan kelima

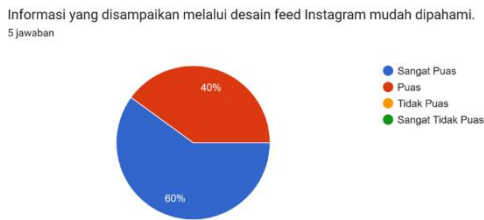
Desain feed Instagram mampu menarik perhatian audiens
5 jawaban



Gambar 24
Hasil Kuesioner Pertanyaan ke-5

Dari pernyataan kelima dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 80% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 20% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa desain yang ditampilkan mampu menarik perhatian audiens. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

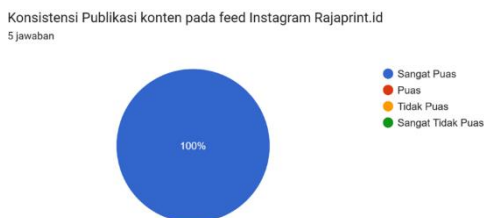
f. Hasil kuesioner pernyataan keenam



GAMBAR 26
Hasil Kuesioner Pernyataan ke-6

Dari pernyataan keenam dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 60% memberikan penilaian “Sangat Puas”, dan 40% lainnya memberikan penilaian “Puas”. Menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa informasi yang disampaikan melalui desain pada feeds instagram mudah dipahami. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

g. Hasil kuesioner pernyataan ketujuh



GAMBAR 27
Hasil Kuesioner Pernyataan ke-7

Dari pernyataan ketujuh dapat dilihat hasilnya menunjukkan sebanyak 100% memberikan penilaian “Sangat Puas”. Menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa sangat puas mengenai konsistensi publikasi konten pada feeds instagram rajaprint.id. Dan tidak ada responden yang memberikan penilaian “Puas”, “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”.

Bedasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan konten katalog digital pada media sosial instagram rajaprint.id memberikan dampak positif pada tingkat kepuasan perusahaan. Terlihat pada hasil kuesioner yang dilakukan responden memberikan penilaian “Sangat Puas” dan “Puas” mengenai pengembangan konten katalog digital yang dilakukan. Tidak ada responden yang memberikan penilaian “Tidak Puas” atau “Sangat Tidak Puas”, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan konten yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan, dan juga dapat ditingkatkan lagi untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

2. Statistik Insight Instagram Rajaprint.id

Pada pembahasan ini difokuskan pada jangkauan, kunjungan profil, dan interaksi konten pengguna terhadap akun instagram rajaprint.id. Data dikumpulkan melalui insight instagram dalam bentuk statistik untuk menilai pengembangan konten katalog digital yang dilakukan pada feeds instagram rajaprint.id. Data yang dikumpulkan merupakan perbandingan antara periode 12 Agustus 2024 – 12 Januari 2025 setelah dilakukan pengembangan dengan 11

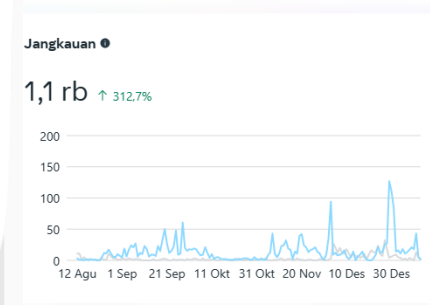


GAMBAR 25
Statistik Kunjungan Profil

Maret 2024 – 11 Agustus 2024 sebelum dilakukan pengembangan. Berikut merupakan hasil insight instagram rajaprint.id :

a. Insight Jangkauan Instagram

Setelah pengembangan konten katalog digital pada feeds instagram rajaprint.id, terjadi peningkatan yang signifikan yaitu 312,7 % pada jangkauan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan konten katalog digital yang diterapkan berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas. Jangkauan yang lebih luas ini juga mengindikasikan bahwa konten katalog digital yang dibuat mampu memenuhi kebutuhan informasi dan visual yang diinginkan oleh pengguna, sehingga memperkuat identitas merek rajaprint.id sebagai perusahaan percetakan.



GAMBAR 28
Statistik Jangkauan

Sumber Data : Insight Instagram. Berikut adalah perbandingan data jangkauan antara periode 12 Agustus 2024 – 12 Januari 2025, yaitu setelah dilakukan pengembangan, dengan periode sebelumnya, yaitu 11 Maret 2024 – 11 Agustus 2024, sebelum dilakukan pengembangan.

b. Insight Kunjungan Profil Instagram

Setelah melakukan pengembangan, jumlah kunjungan akun Instagram Rajaprint.id mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai angka 159,8% dari sebelumnya. Hal ini merupakan hasil dari pengembangan konten katalog digital yang konsisten, seperti pembuatan konten yang menarik dan hasil yang cukup signifikan. Peningkatan jumlah kunjungan ini memiliki dampak positif terhadap citra merek akun instagram rajaprint.id, karena semakin banyak orang yang melihat akun tersebut, semakin besar pula peluang

untuk memperkenalkan produk dan layanan percetakan kepada audiens yang lebih luas.

Sumber Data : Insight Instagram. Berikut adalah perbandingan data kunjungan profil instagram antara periode 12 Agustus 2024 – 12 Januari 2025, yaitu setelah dilakukan pengembangan, dengan periode sebelumnya, yaitu 11 Maret 2024 – 11 Agustus 2024, sebelum dilakukan pengembangan.

c. Insight Interaksi Konten

Data interaksi konten yang diambil mengenai perbandingan jumlah interaksi yang diperoleh dari konten yang dipublikasikan pada dua periode waktu berbeda, yaitu sebelum dan setelah dilakukan pengembangan konten. Hasil dari interaksi konten terlihat naik dengan signifikan mencakup 2,9 rb jumlah interaksi. Jumlah interaksi mencakup metrik seperti likes, komentar, shares, saves, dan direct messages (DM), yang menjadi indikator penting untuk mengukur efektivitas pengembangan konten katalog digital yang diterapkan.

Sumber Data : Insight Instagram. Berikut adalah perbandingan data interaksi konten antara periode 12 Agustus 2024 – 12 Januari 2025, yaitu setelah dilakukan pengembangan konten, dengan periode sebelumnya, yaitu 11 Maret 2024 – 11 Agustus 2024, sebelum dilakukan pengembangan konten.



GAMBAR 29
Statistik Interaksi Konten

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Proyek akhir ini berfokus pada pengembangan konten katalog digital untuk Instagram Rajaprint.id milik PT. Mahkota Media Semesta. Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan yaitu mencakup penilaian dari perusahaan serta hasil statistik dari insight instagram rajaprint.id, dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan proyek akhir tercapai. Yaitu untuk mengembangkan kualitas dan jumlah konten katalog digital pada *feeds* instagram rajaprint.id dengan menghasilkan konten digital yang menarik dan informatif yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Termasuk dengan merancang kebutuhan desain untuk membuat konten katalog digital dalam bentuk *prototype* serta menambahkan elemen visual seperti logo rajaprint.id dan tagline promosi untuk memperkuat identitas merek dari rajaprint.id. Pengembangan konten katalog digital yang diterapkan juga mendapatkan penilaian “Sangat Puas” dan “Puas” oleh pihak perusahaan melalui kuesioner yang sudah dibagikan menunjukkan pengembangan yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Berdasarkan data statistik insight instagram, publikasi konten katalog digital yang dilakukan juga berhasil meningkatkan jangkauan dari akun instagram rajaprint.id sebesar 312,7 %. Begitu juga dengan kunjungan profil instagram dan interaksi konten yang meningkat dibandingkan dengan periode sebelum dilakukannya pengembangan pada *feeds* instagram rajaprint.id.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pengalaman selama mengerjakan Proyek Akhir ini, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat mengembangkan Proyek Akhir ini menjadi lebih baik.

1. Pengembangan berkelanjutan untuk konten katalog digital yang telah dibuat dengan menambahkan produk baru untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif, seperti *storytelling* visual atau video reels.
2. Optimalisasi media sosial instagram yang digunakan seperti fitur interaktif (polling, QnA) untuk meningkatkan engagement dengan audiens.
3. Meningkatkan kolaborasi tim yang terlibat untuk dapat memastikan pengembangan konten yang lebih variatif dan terstruktur.
4. Evaluasi performa konten juga diperlukan agar instagram perusahaan untuk selanjutnya dapat digunakan sebagai media promosi yang lebih aktif dan dapat memperluas jangkauan audiens.

REFERENSI

- [1] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI,” *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, Aug. 2019, doi: 10.34010/COMMON.V3I1.1950.
- [2] E. Arif and E. Ronaning Roem, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSDA KABUPATEN BELITUNG TIMUR”.
- [3] M. Faßmann and C. Moss, “Instagram als Marketing-Kanal,” 2016, doi: 10.1007/978-3-658-14349-7.
- [4] D. N. Sari and A. Basit, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi,” *Persepsi: Communication Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 23–36, May 2020, doi: 10.30596/PERSEPSI.V3I1.4428.
- [5] B. Camburn *et al.*, “Design prototyping methods: state of the art in strategies, techniques, and guidelines,” *Design Science*, vol. 3, p. e13, 2017, doi: 10.1017/DSJ.2017.10.
- [6] J. Husna, “Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital,” *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, vol. 3, no. 2, pp. 173–184, Jun. 2019, doi: 10.14710/ANUVA.3.2.173-184.
- [7] D. Yaldi and Y. Mareta, “The Utilization of Digital Content in Efforts to Increase Tourism Promotion in the Era 5.0 Society,” *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, vol. 2, no. 6,

pp. 335–339, Nov. 2022, doi:
10.31258/CERS.2.6.335-339.

Available: <https://metctecmadiun.com/adobe-photoshop/>

- [8] Y. J. Lin, H. Y. Yen, C. Hsu, Y. Jin, and P. H. Lin, “Paper catalog and digital catalog – Reading behaviors of college students in Taiwan,” *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, vol. 9181, pp. 307–317, 2015, doi: 10.1007/978-3-319-20934-0_29/TABLES/2.
- [9] “Adobe Photoshop: Pengertian, Sejarah, dan Perkembangan.” Accessed: Oct. 25, 2024. [Online].
- [10] M. Musmuliadi and A. Purmadi, “PENGARUH MEDIA DESAIN GRAFIS BERBASIS ADOBE PHOTOSHOP TERHADAP KREATIVITAS BELAJAR SISWA,” *Jurnal Teknologi Pendidikan : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, vol. 3, no. 1, pp. 20–28, Feb. 2019, doi: 10.33394/JTP.V3I1.1223.

