

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro sebagai institusi pendidikan vokasi memiliki berbagai upaya untuk mendukung pengembangan akademik maupun non akademik mahasiswa. Salah satu langkah yang dilakukan adalah menghadirkan media komunikasi yang dapat menjembatani kebutuhan informasi mahasiswa sekaligus menjadi ruang ekspresi dan pengembangan diri. Berdasarkan kebutuhan tersebut, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro menghadirkan Voca Radio, sebuah radio streaming kampus yang diperkenalkan secara resmi pada puncak perayaan Dies Natalis ke-9 Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro pada tanggal 12 November 2025 di Gedung Prof. Sudarto, Tembalang (Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, 2025).

Dalam konteks tersebut, Voca Radio tidak hanya berfungsi sebagai media informasi bagi mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang dapat membangun keterhubungan antara institusi dengan mahasiswa sebagai audiens utamanya yang didominasi oleh generasi Z. Oleh karena itu, pengelolaan media digital yang dimiliki oleh Voca Radio, khususnya melalui media sosial, menjadi penting dalam mendukung efektivitas komunikasi dengan mahasiswa. Media sosial memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara cepat sekaligus membangun interaksi yang lebih dekat dengan audiens di ruang digital (Saipul et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan media digital turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat terhadap media penyiaran, termasuk radio. Radio yang sebelumnya hanya beroperasi melalui siaran frekuensi kini mulai beradaptasi dengan memanfaatkan berbagai *platform* digital. Perkembangan teknologi digital mendorong media radio melakukan konvergensi dengan berbagai *platform* seperti media sosial dan layanan *streaming* untuk mempertahankan eksistensinya di era digital (Lathifah, 2021). Melalui proses konvergensi media tersebut, radio tidak hanya menyebarkan konten melalui siaran konvensional, tetapi juga melalui

platform digital seperti media sosial, layanan streaming, dan podcast. Hal ini memungkinkan radio memperluas jangkauan audiens sekaligus memperkuat interaksi dengan pendengar melalui berbagai kanal komunikasi digital (Kohar et al., 2024).

Namun demikian, perkembangan media digital juga menyebabkan perubahan signifikan dalam tingkat konsumsi radio. Berdasarkan survei yang dipublikasikan oleh (*GoodStats, 2024*) persentase masyarakat Indonesia yang masih mendengarkan radio mengalami penurunan dalam dua dekade terakhir. Meskipun demikian, radio tidak sepenuhnya kehilangan audiensnya. Survei tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki ruang di kalangan generasi muda Indonesia, di mana sebagian responden masih mendengarkan radio secara rutin, baik setiap hari maupun beberapa kali dalam seminggu. Hal ini menunjukkan bahwa radio masih memiliki relevansi tertentu di kalangan anak muda.



Gambar 1.1 Preferensi Penggunaan Radio di Kalangan Generasi Muda (Sumber: [goodstats.id](https://goodstats.id))

Selain itu, dilansir dari sumber yang sama, dari sisi segmentasi usia, pendengar radio muda didominasi oleh kelompok usia 18–25 tahun yang merupakan kelompok usia mahasiswa dan generasi awal dunia kerja. Hal ini menunjukkan bahwa radio masih memiliki keterkaitan dengan kelompok usia produktif yang menjadi target utama berbagai media kampus dan komunitas pendidikan. Perubahan juga terlihat pada cara audiens mengakses radio. Saat ini radio tidak hanya didengarkan melalui perangkat radio konvensional, tetapi juga

melalui perangkat digital seperti ponsel dan komputer yang terhubung dengan internet (Lathifah, 2021).

Dalam konteks tersebut, radio kampus memiliki peluang untuk tetap relevan bagi mahasiswa sebagai audiens utamanya. Voca Radio sebagai radio kampus tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi di lingkungan akademik. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Asisten Manager Voca Radio yang menyatakan bahwa Voca Radio berperan sebagai media informasi kampus sekaligus wadah kreativitas mahasiswa dalam bidang penyiaran dan media digital. Sebagai bagian dari media komunitas, radio dapat menjadi ruang komunikasi yang menghubungkan berbagai aktivitas kampus dengan mahasiswa sebagai pendengarnya. Selain itu, pemanfaatan media digital seperti layanan *streaming* dan media sosial memungkinkan radio menjangkau audiens yang lebih luas serta menyesuaikan diri dengan kebiasaan konsumsi media generasi muda saat ini (Setiawan et al., 2021).

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital dan internet. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi serta memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Kondisi tersebut menjadikan generasi Z sebagai kelompok audiens yang sangat aktif dalam memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media komunikasi, hiburan, maupun pencarian informasi (Nurliana Sinaga & Raikhapoor, 2024.).

Dalam pola konsumsi media, generasi Z cenderung lebih tertarik pada konten yang bersifat visual, ringkas, serta mudah dipahami dalam waktu singkat. Konten yang disajikan dalam bentuk gambar, infografis, maupun video pendek dinilai lebih menarik perhatian dibandingkan dengan konten berbasis teks yang panjang (Nurliana Sinaga & Raikhapoor, 2024.). Oleh karena itu, platform media sosial berbasis visual seperti Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh generasi Z dalam mengakses berbagai informasi digital.

Dalam konteks komunikasi digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang strategis bagi

organisasi untuk membangun identitas merek atau *brand identity* (Saipul et al., 2025). Identitas merek tidak hanya terbatas pada logo atau simbol semata, tetapi merupakan kombinasi dari berbagai elemen visual yang saling terintegrasi. Elemen-elemen tersebut dapat berupa tipografi, warna, bentuk visual, serta tata letak desain yang digunakan secara konsisten dalam berbagai media komunikasi. Pengelolaan elemen-elemen visual tersebut secara terpadu akan membentuk suatu *visual identity system* yang mampu memperkuat citra serta karakter suatu organisasi atau institusi di mata publik (Sayatman, 2021).

Dalam perspektif desain komunikasi visual, elemen-elemen tersebut merupakan bagian dari unsur desain grafis yang membentuk komposisi visual suatu konten. Waskitha dan Aryanto (2023) menjelaskan bahwa unsur desain grafis meliputi tipografi, warna, garis, ruang, ukuran, tekstur, dan bentuk yang berperan dalam menciptakan tampilan visual yang terstruktur dan mudah dikenali oleh audiens. Pengelolaan unsur-unsur desain tersebut secara konsisten dapat membantu membangun identitas visual yang kuat pada suatu brand.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, konsep *brand identity* juga berkembang menjadi *digital brand identity*, yaitu representasi identitas merek yang dibangun dan dikomunikasikan melalui berbagai platform digital seperti media sosial maupun situs web. Dalam praktik komunikasi digital, media sosial menjadi sarana penting bagi organisasi untuk menyampaikan identitas serta citra merek kepada audiens secara lebih luas. Melalui pengelolaan konten digital yang konsisten, organisasi dapat memperkuat karakter *brand* sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens di ruang digital (Saipul et al., 2025). Oleh karena itu, konsistensi dalam penggunaan elemen visual dan pesan komunikasi pada konten digital menjadi faktor penting dalam membentuk citra dan pengenalan brand di media sosial.

Bagi Voca Radio, keberadaan identitas merek digital menjadi sangat penting mengingat media ini masih tergolong baru dan sedang dalam tahap membangun pengenalan di kalangan mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Namun berdasarkan pengamatan awal terhadap akun Instagram @vocaradio.undip,

pengelolaan identitas visual pada akun tersebut masih menunjukkan beberapa tantangan.



Gambar 1.2 Tampilan Unggahan Instagram @vocaradio.undip  
(Sumber: [instagram.com/vocaradio.undip](https://www.instagram.com/vocaradio.undip))

Berdasarkan tampilan unggahan pada akun Instagram Voca Radio, terlihat bahwa elemen visual yang digunakan masih menunjukkan variasi yang cukup beragam. Variasi tersebut dapat diamati dari penggunaan warna latar yang berbeda-beda, pemilihan tipografi yang tidak seragam, serta tata letak elemen desain yang berubah pada setiap unggahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa elemen visual pada konten yang dipublikasikan belum dikelola secara konsisten sebagai bagian dari identitas visual *brand*.

Kondisi tersebut juga tercermin dari jumlah pengikut akun Instagram @vocaradio.undip yang saat ini berjumlah sekitar 160 pengikut per tanggal 10 Maret 2026, sementara jumlah mahasiswa aktif di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro mencapai sekitar 7.057 mahasiswa. Perbedaan jumlah tersebut menunjukkan bahwa potensi audiens yang dimiliki oleh Voca Radio sebenarnya cukup besar, namun belum sepenuhnya terjangkau melalui platform digital yang dimiliki saat ini.

Dalam konteks media radio kampus, pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi digital juga dilakukan oleh USM Jaya FM, yaitu radio yang dikelola oleh Universitas Semarang. Radio ini mengudara pada frekuensi 101.6 FM dan merupakan radio komersial yang beroperasi dari studio di lingkungan Universitas Semarang. Radio USM Jaya FM memiliki tujuan untuk menyajikan program siaran

yang mencakup informasi, hiburan, serta pendidikan, sekaligus mendukung pengembangan dunia penyiaran dan prestasi mahasiswa.

Tabel 1.1 Perbandingan Profil Instagram @vocaradio.undip dan @usmjayafm  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Voca Radio	USM Jaya FM
	

Berdasarkan perbandingan visual pada Tabel 1.1, terlihat adanya perbedaan dalam pengelolaan elemen visual antara akun Instagram Voca Radio dan USM Jaya FM. Pada akun Instagram USM Jaya FM, penggunaan warna terlihat lebih konsisten dengan dominasi warna merah dan biru yang juga merupakan warna utama pada logo radio tersebut. Warna tersebut tidak hanya muncul pada elemen desain grafis, tetapi juga sering terlihat pada latar visual maupun elemen foto yang digunakan dalam berbagai unggahan.

Selain itu, penggunaan tipografi pada konten USM Jaya FM juga terlihat lebih konsisten dengan penggunaan jenis huruf yang relatif sama pada berbagai unggahan. Dari sisi tata letak desain, akun tersebut juga menunjukkan pola layout yang lebih terstruktur meskipun format konten yang digunakan bervariasi, seperti *feed*, *carousel*, *reels*, maupun *story*. Variasi format konten tersebut tetap

mempertahankan elemen visual yang serupa sehingga membentuk karakter desain yang lebih mudah dikenali oleh audiens.

Sebaliknya, pada akun Instagram Voca Radio, elemen visual yang digunakan masih menunjukkan variasi yang cukup beragam. Penggunaan warna latar tidak menunjukkan satu warna identitas yang digunakan secara konsisten. Selain itu, jenis tipografi yang digunakan juga bervariasi sehingga tidak membentuk karakter visual yang khas. Tata letak desain pada setiap unggahan juga berubah-ubah tanpa pola visual yang tetap. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa elemen visual pada konten Voca Radio belum membentuk suatu sistem identitas visual yang konsisten sebagaimana dijelaskan oleh Sayatman et al. (2021) mengenai pentingnya konsistensi elemen desain dalam membangun *visual identity system* suatu *brand*.

Selain konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti warna dan tipografi, akun Instagram USM Jaya FM juga menunjukkan pola penyajian desain konten yang relatif terstruktur. Beberapa unggahan menggunakan format desain yang serupa sehingga membentuk pola visual yang konsisten pada tampilan *feed*. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan konten visual dilakukan dengan pendekatan desain yang lebih terarah. Hal ini sejalan dengan konsep *visual identity system* yang menekankan pentingnya konsistensi elemen visual dalam membangun identitas merek yang kuat di ruang digital (Sayatman, 2021.).

Untuk memperjelas perbedaan tersebut, berikut disajikan perbandingan beberapa unsur visual antara akun Instagram Voca Radio dan USM Jaya FM.

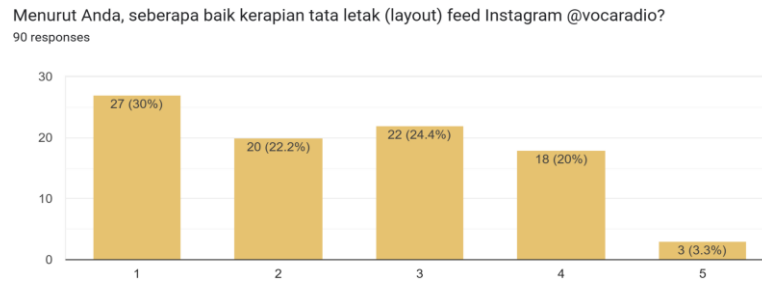
Tabel 1.2 Perbandingan Identitas Brand Instagram @vocaradio.undip dan @usmjayafm (Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

Aspek	Voca Radio	USM Jaya FM
Warna Identitas	Penggunaan warna latar bervariasi dan belum menunjukkan warna identitas yang konsisten	Dominasi warna merah dan biru yang konsisten sesuai dengan warna logo
Tipografi	Jenis huruf yang digunakan berbeda-beda pada setiap unggahan	Menggunakan jenis huruf yang relatif konsisten

Tata Letak ( <i>Layout</i> )	Tata letak desain berubah-ubah tanpa pola visual yang tetap	Memiliki pola layout yang relatif konsisten
Elemen Visual	Belum terdapat elemen visual khas yang digunakan secara berulang	Logo, warna, dan elemen visual muncul secara konsisten
Konsistensi Visual	Belum memiliki <i>template</i> visual yang konsisten	Menunjukkan konsistensi visual yang membentuk karakter brand

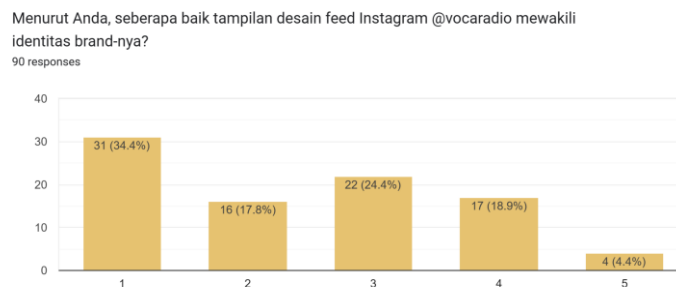
Meskipun perbandingan visual antara akun Instagram Voca Radio dan USM Jaya FM menunjukkan adanya perbedaan dalam konsistensi identitas visual, analisis tersebut masih didasarkan pada pengamatan peneliti terhadap tampilan konten yang dipublikasikan. Dalam konteks komunikasi digital, persepsi audiens terhadap suatu *brand* juga menjadi faktor penting dalam menentukan sejauh mana identitas visual tersebut dapat dikenali dan diingat oleh publik. Oleh karena itu, diperlukan pengumpulan data yang melibatkan audiens secara langsung untuk mengetahui tingkat kesadaran serta persepsi mahasiswa terhadap keberadaan Voca Radio sebagai media informasi di lingkungan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat kesadaran mahasiswa terhadap *digital brand identity* Voca Radio, peneliti melakukan *pra-survey* kepada mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. *Pra-survey* ini dilakukan secara daring melalui *Google Form* dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa, di mana sebanyak 90 responden menyatakan mengetahui Voca Radio dan melanjutkan pengisian kuesioner pada tahap berikutnya. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 1 sampai 5, di mana skor 1 menunjukkan penilaian paling rendah dan skor 5 menunjukkan penilaian paling tinggi. Terdapat lima aspek visual yang dikaji, yaitu: (1) kerapian tata letak (*layout*) *feed* Instagram @vocaradio.undip, (2) tampilan desain dalam merepresentasikan identitas *brand*, (3) konsistensi elemen desain visual, (4) penggunaan warna dalam mendukung karakter *brand*, serta (5) kemudahan mengenali konten hanya dari tampilan visual.



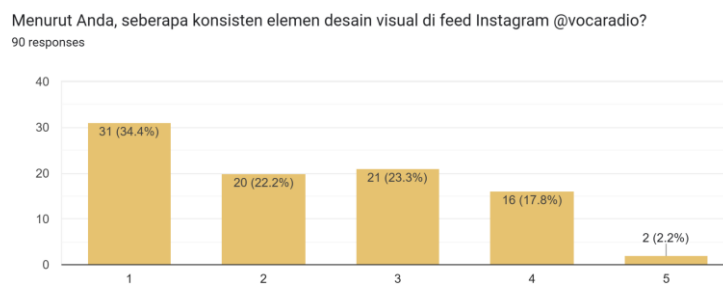
Gambar 1.3 Data Persepsi Responden Terhadap Kerapian Tata Letak (*Layout*) *Feed* Instagram @vocaradio.undip  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

Berdasarkan hasil survei, pada aspek kerapian tata letak (*layout*), mayoritas responden memberikan penilaian yang cenderung negatif. Sebanyak 27 responden memberikan skor 1 dan 20 responden memberikan skor 2, sedangkan hanya 3 responden yang memberikan skor 5. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum tata letak konten pada *feed* Instagram @vocaradio.undip masih belum tertata secara optimal di mata audiens. Kurangnya keselarasan antar elemen visual, ketidakteraturan pola desain, serta belum adanya sistem layout yang konsisten diduga menjadi faktor yang memengaruhi rendahnya persepsi terhadap kerapian visual. Kondisi ini menyebabkan tampilan *feed* belum mampu memberikan kesan profesional dan terstruktur secara visual. Oleh karena itu, diperlukan penataan *layout* yang lebih sistematis dan konsisten agar tampilan *feed* Instagram Voca Radio dapat terlihat lebih rapi, terstruktur, dan nyaman dipandang oleh audiens.



Gambar 1.4 Data Persepsi Responden Terhadap Tampilan Desain *Feed* Instagram dalam Mewakili Identitas *Brand*  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

Pada aspek tampilan desain dalam merepresentasikan identitas *brand*, sebanyak 31 responden memberikan skor 1 dan 16 responden memberikan skor 2, sedangkan hanya 4 responden yang memberikan skor 5. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar audiens menilai bahwa desain visual yang ditampilkan belum mampu mencerminkan identitas Voca Radio secara kuat. Elemen visual yang digunakan dinilai belum memiliki keterkaitan yang jelas dengan karakter *brand*, baik dari segi gaya visual, pemilihan elemen desain, maupun konsistensi penyajiannya. Akibatnya, identitas brand belum terbentuk secara utuh di benak audiens dan sulit untuk dikenali secara visual. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual yang lebih terarah agar setiap konten yang ditampilkan mampu merepresentasikan karakter dan nilai *brand* Voca Radio secara konsisten dan mudah dikenali oleh audiens.



Gambar 1.5 Data Persepsi Responden Terhadap Konsistensi Elemen Desain Visual *Feed* Instagram @vocaradio.undip  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

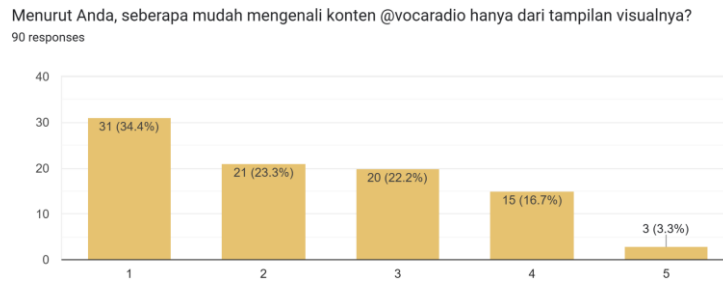
Selanjutnya, pada aspek konsistensi elemen desain visual, sebanyak 31 responden memberikan skor 1 dan hanya 2 responden yang memberikan skor 5. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak belum digunakan secara konsisten pada setiap unggahan. Ketidakkonsistenan ini dapat menimbulkan kesan bahwa konten dibuat tanpa perencanaan visual yang jelas, sehingga mengurangi profesionalitas tampilan akun. Selain itu, ketidakteraturan penggunaan elemen visual juga dapat menghambat terbentuknya identitas visual yang kuat karena audiens tidak memiliki pola visual yang dapat dikenali secara berulang. Oleh karena itu, diperlukan standarisasi

elemen visual melalui pedoman yang jelas agar setiap konten memiliki konsistensi yang terjaga dan mampu membentuk identitas visual yang kuat di benak audiens.



Gambar 1.6 Data Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Warna Kuning, Putih, dan Elemen Visual dalam Mendukung Karakter *Brand* Voca Radio  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

Pada aspek penggunaan warna dalam mendukung karakter brand, hasil survei menunjukkan bahwa 30 responden memberikan skor 1 dan 14 responden memberikan skor 2, meskipun terdapat 25 responden yang memberikan skor 4. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan warna identitas Voca Radio belum diterapkan secara optimal dan konsisten. Padahal, warna merupakan salah satu elemen visual yang paling mudah dikenali dan memiliki peran penting dalam membangun asosiasi brand di benak audiens. Ketidakkonsistenan dalam penggunaan warna dapat menyebabkan karakter brand menjadi kurang kuat dan sulit dibedakan dari konten lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan penggunaan warna yang konsisten dan terarah sesuai dengan identitas brand agar dapat membentuk asosiasi visual yang kuat dan mudah diingat oleh audiens.



Gambar 1. 7 Data Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Mengenali Konten Voca Radio Hanya dari Tampilan Visual  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

Pada aspek kemudahan mengenali konten Voca Radio hanya dari tampilan visual, sebanyak 31 responden memberikan skor 1 dan 21 responden memberikan skor 2, sedangkan hanya 3 responden yang memberikan skor 5. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens masih kesulitan untuk mengenali konten Voca Radio tanpa melihat nama akun atau informasi tambahan. Hal ini menandakan bahwa konten yang dipublikasikan belum memiliki ciri khas visual yang kuat. Minimnya elemen visual yang konsisten dan khas menyebabkan konten Voca Radio belum mampu membentuk identitas yang mudah diingat oleh audiens. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual yang lebih terarah melalui penggunaan elemen visual yang konsisten dan terintegrasi, sehingga mampu membentuk karakter visual Voca Radio secara jelas dalam setiap konten yang dipublikasikan.

Secara keseluruhan, hasil *pra-survey* menunjukkan bahwa kualitas *digital brand identity* pada akun Instagram @vocaradio.undip masih belum optimal, baik dari segi kerapian tata letak, kesesuaian desain dengan identitas brand, konsistensi elemen visual, maupun penggunaan warna. Kondisi ini menunjukkan bahwa Voca Radio belum memiliki sistem identitas visual yang terstruktur dan konsisten dalam pengelolaan konten media sosialnya.

Ketidakkonsistenan tersebut menyebabkan identitas visual brand belum terbentuk secara kuat, sehingga tampilan konten yang dipublikasikan belum mampu menciptakan karakter visual yang khas dan berulang. Akibatnya, audiens masih mengalami kesulitan dalam mengenali konten Voca Radio hanya melalui tampilan visualnya.

Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual yang lebih terarah dan konsisten melalui penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP) konten visual. Perancangan ini bertujuan untuk membangun sistem identitas visual yang jelas dan terstruktur sehingga Voca Radio memiliki karakter visual yang kuat dan konsisten dalam setiap konten yang dipublikasikan di media sosial.

## 1.2 Rumusan Masalah

Voca Radio merupakan radio kampus di bawah Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang memanfaatkan Instagram @vocaradio.undip sebagai media komunikasi digital. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap akun Instagram, ditemukan penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, tata letak, dan gaya desain yang belum konsisten antarkonten sehingga identitas visual Voca Radio belum terbentuk secara kuat.

Selanjutnya, hasil analisis kebutuhan melalui wawancara dengan pengelola Voca Radio menunjukkan bahwa dalam proses pengelolaan konten belum terdapat *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman penggunaan identitas visual maupun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur proses produksi dan publikasi konten Instagram. Akibatnya, setiap pembuat konten menggunakan interpretasi desain masing-masing sehingga konsistensi identitas visual sulit dipertahankan secara berkelanjutan.

Dalam pengelolaan *brand*, konsistensi identitas visual merupakan salah satu faktor penting untuk membangun pengenalan dan memperkuat identitas suatu organisasi. Oleh karena itu, diperlukan suatu pedoman yang tidak hanya menetapkan standar penggunaan identitas visual melalui *Graphic Standard Manual* (GSM), tetapi juga mengatur penerapannya dalam proses kerja melalui Standar Operasional Prosedur (SOP). Dengan adanya kedua pedoman tersebut, pengelolaan konten Instagram diharapkan dapat berlangsung secara konsisten sehingga identitas visual Voca Radio semakin kuat dan mudah dikenali oleh audiens.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah: Bagaimana memperkuat identitas visual Voca Radio di lingkungan Sekolah Vokasi

Universitas Diponegoro melalui perancangan *Graphic Standard Manual* (GSM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP) konten Instagram @vocaradio.undip?

### 1.3 Tujuan

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang *Graphic Standard Manual* (GSM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP) konten Instagram @vocaradio.undip sebagai pedoman dalam membangun identitas visual Voca Radio yang konsisten dan terstruktur di media sosial. Perancangan GSM dilakukan sebagai pedoman dalam penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, logo, tata letak, serta *template* konten agar tercipta konsistensi visual pada setiap unggahan Instagram Voca Radio. Sementara itu, perancangan SOP dilakukan sebagai pedoman alur kerja dalam proses perencanaan, pembuatan, hingga publikasi konten Instagram agar pengelolaan konten dapat dilakukan secara lebih sistematis dan terstruktur. Melalui perancangan GSM dan SOP tersebut, diharapkan konten Instagram Voca Radio memiliki identitas visual yang konsisten dan mampu membentuk karakter visual yang kuat, sehingga memudahkan audiens dalam mengenali konten Voca Radio melalui tampilan visualnya.

### 1.4 Manfaat

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi dan *public relations*, khususnya dalam pembahasan mengenai *visual branding*, identitas visual, dan *digital brand identity* pada media sosial. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat memperkaya referensi akademik mengenai penerapan konsep identitas visual dan komunikasi digital melalui perancangan *Graphic Standard Manual* (GSM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pengelolaan konten media sosial organisasi, terutama pada media institusional seperti radio kampus.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Memberikan gambaran mengenai pentingnya pengelolaan identitas visual yang konsisten dalam media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi institusional di lingkungan pendidikan.

## 2. Bagi Pengelola Voca Radio

Menjadi pedoman dalam pengelolaan konten Instagram melalui *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai panduan identitas visual dan Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai panduan alur kerja pengelolaan konten, sehingga dapat menjaga konsistensi visual serta membangun identitas visual Voca Radio secara lebih kuat dan terarah di media sosial.

## 3. Bagi Praktisi Public Relations di Institusi Pendidikan

Menjadi referensi dalam mengembangkan strategi komunikasi digital melalui pengelolaan visual konten media sosial yang terstruktur dan konsisten guna membangun identitas brand institusi secara lebih efektif.

### 1.5 Luaran

Luaran dari proyek tugas akhir ini berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP) konten Instagram @vocaradio.undip yang dirancang sebagai pedoman dalam pengelolaan konten visual secara terstruktur dan konsisten. GSM yang dirancang mencakup panduan penggunaan elemen identitas visual seperti logo, warna, tipografi, tata letak, gaya visual, serta aturan penggunaan elemen desain pada konten Instagram. Sementara itu, SOP yang dirancang mencakup alur kerja pengelolaan konten mulai dari tahap perencanaan konten, proses desain, proses revisi, hingga publikasi konten di Instagram.

Sebagai bagian dari implementasi GSM dan SOP tersebut, penulis juga merancang *template* konten Instagram yang dapat digunakan oleh pengelola Voca Radio dalam memproduksi konten secara konsisten. *Template* yang dirancang meliputi *template single post*, *template carousel*, *template Instagram story*, *template cover reels*, dan *template cover highlight*. Selain itu, luaran juga dilengkapi dengan contoh *mockup* tampilan *feed* Instagram Voca Radio untuk memberikan gambaran visual penerapan identitas visual pada media sosial.

Dengan adanya luaran tersebut, diharapkan pengelolaan konten Instagram Voca Radio dapat dilakukan secara lebih sistematis dan konsisten, sehingga mampu membangun identitas visual yang kuat serta membentuk karakter visual Voca Radio secara jelas di media sosial.