

**TUGAS AKHIR**  
**KONTEN INSTAGRAM MAKIN AKRAB**  
**SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI KOMUNITAS KREATIF**  
**DI BANYUMAS**



**AULIA INTAN NURUL SABRINA**  
**20105018**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN**  
**INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO**  
**2024**

**TUGAS AKHIR**  
**KONTEN INSTAGRAM MAKIN AKRAB**  
**SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI KOMUNITAS KREATIF**  
**DI BANYUMAS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Desain Komunikasi Visual



**AULIA INTAN NURUL SABRINA**  
**20105018**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN**  
**INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

### LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

## KONTEN INSTAGRAM MAKIN AKRAB SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI KOMUNITAS KREATIF DI BANYUMAS

Dipersiapkan dan Disusun Oleh

**AULIA INTAN NURUL SABRINA 20105018**

Tugas Akhir ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Pada hari Selasa, 04 Juni 2024

Pembimbing I,



(Gladi Pawestri Utami, S.Sn., M.Sn.)

NIDN. 0610099201

Pembimbing II,



(Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.)

NIDN. 0627049002

## LEMBAR PENETAPAN PENGUJI

### LEMBAR PENETAPAN PENGUJI

# KONTEN INSTAGRAM MAKIN AKRAB SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI KOMUNITAS KREATIF DI BANYUMAS


Dipersiapkan dan Disusun Oleh  
**AULIA INTAN NURUL SABRINA 20105018**

**Tugas Akhir Telah Diuji dan Dinilai Panitia Penguji  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Rekayasa Industri dan Desain  
Institut Teknologi Telkom Purwokerto  
Pada Tanggal: 4 Juni 2024**

Ketua Sidang Tugas Akhir  
Gladi Pawestri Utami, S.Sn., M.Sn.  
NIDN. 0610099201

(.....  


Sekretaris Sidang Tugas Akhir  
Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.  
NIDN. 0627049002

(.....  


Penguji I  
Gilang Ramadhan, S.Sn., M.Ds.  
NIDN. 0620058602

(.....  


Penguji II  
Yanuar Ikhsan Pamuji, S.Pd., M.Sn.  
NIDN. 0607019202

(.....  


Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Rekayasa Industri dan Desain

  
Muhammad Fajar Sidiq S.T., M.T.  
NIDN. 0619029102

Kaprodi  
Desain Komunikasi Visual

  
Riri Irma Suryani, S.Sn., M.Sn.  
NIDN. 0613068802

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

**Nama mahasiswa** : **Aulia Intan Nurul Sabrina**

**NIM** : **20105018**

**Program Studi** : **Desain Komunikasi Visual**

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

**Instagram Makin Akrab Sebagai Media Publikasi Komunitas Kreatif di Banyumas.**

Dosen Pembimbing Utama : Gladi Pawestri Utami, S.Sn., M.Sn.

Dosen Pembimbing Pendamping : Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Institut Teknologi Telkom Purwokerto maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian Saya Sendiri, tanpa bantuan pihaklain kecuali arahan dari Tim Dosen Pembimbing.
3. Dalam Karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dandisebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Saya, bukan tanggung jawab Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima Sanksi Akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

**Purwokerto, 04 Juni 2024**

**Yang Menyatakan,**



**Aulia Intan Nurul Sabrina**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Instagram Makin Akrab Sebagai Media Publikasi Komunitas Kreatif Banyumas” dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Tenia Wahyuningrum, S.Kom., M.T. selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
2. Muhammad Fajar Sidiq S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain
3. Riri Irma Suryani, S.Sn., M.Sn. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual ITTP.
4. Ibu Gladi Pawestri Utami, S.Sn., M.Sn. dan Bapak Alfiandi Eka Kusuma, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan segala bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Gilang Ramadhan, S.Sn., M.Ds. selaku dosen dan penguji pertama penulis yang telah memberikan wawasan, arahan saran atau masukan terkait tugas akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Yanuar Ikhsan Pamuji, S.Pd., M.Sn. selaku dosen dan penguji kedua penulis yang telah meluangkan waktu, dan memberikan saran untuk memperbaiki penulisan tugas akhir dari penulis.
7. Ibu Ratih Alifah Putri, S.Ds., M.Ds. selaku dosen dan saudara yang telah memberikan masukan, dan dukungan kepada penulis.

8. Ibu Gustina Linda, S.Sn., M.Hum. selaku dosen yang selalu memberikan ruang untuk bercerita sehingga penulis bisa semangat kembali dalam proses tugas akhir ini.
9. Seluruh dosen dan staf, khususnya di lingkungan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain.
10. Mas Indra, sudah bersedia sebagai narasumber, memberikan ruang Praketa Coffee sebagai lokasi produksi, dan bersedia Instagram Makin Akrab digunakan sebagai objek dari tugas akhir ini.
11. Mas Budi, Mas Lutfi, Mas Danding, Mas Falih, Mas Naufal, Mas Bagas, dan Mas Bagus yang sudah bersedia sebagai narasumber dan bersedia komunitasnya digunakan sebagai informan konten Instagram Makin Akrab.
12. Kedua orang tua tercinta, Bapak Raswanto dan Ibu Anah, serta kakak-adek penulis Mba Lia, Mas Iqbal, Mas Akbar, dan adek Zaki yang telah memberikan dukungan serta doa dalam menyelesaikan tugas akhir.
13. Mas Ervin Bahar Panunthun, sebagai tunangan dan calon suami yang selalu memberikan dukungan serta doa dan semangat juga sabar menghadapi penulis untuk membantu dalam segala hal termasuk dalam menyelesaikan tugas akhir.
14. Orang Tua Kedua Penulis, Ibu Nining dan Alm. Ayah Bahar, serta kakak kedua dari penulis Mba Nia yang telah memberikan dukungan, serta doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Bidara Auliya, Gabriella, dan teman-teman satu jurusan yang telah memberikan waktu untuk bercerita di tengah proses tugas akhir.
16. Sahabat Koprsk Skripsi yang sudah berbaik hati dan meluangkan waktunya untuk membantu tugas akhir, Gabriel, Dimas, Iyan, dan Evi.
17. Mas Abdul Bikin Kreatif dan Mas Syarif Bikin Kreatif yang telah meminjamkan *microfon wireless* untuk mendukung audio konten tugas akhir penulis.
18. Kepada orang-orang yang tidak semua penulis sebutkan, yang selalu mendukung secara langsung dan tidak langsung.

19. Terakhir kepada diri sendiri karena sudah kuat untuk berjuang melewati berbagai hal dan rintangan hingga berhasil untuk bertahan dan bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari penulisan tugas akhir ini tidak luput dari berbagai kesalahan dan kekurangan yang jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

Purwokerto, 2 Juni 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENETAPAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	4
1.3    Tujuan Perancangan .....	5
1.4    Batasan Perancangan .....	5
1.5    Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1    Studi Pustaka .....	7
2.1.1    Jurnal penelitian berjudul “Perancangan Desain Konten Sosial Media tentang Sepak Bola melalui Instagram dengan berbasis <i>Microblog</i> ” .....	7

2.1.2	Jurnal penelitian berjudul “Perancangan Media Kampanye Perbaikan Literasi di Nusa Tenggara Timur Melalui Komunitas Buku Bagi NTT” .....	8
2.1.3	Jurnal Penelitian berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi <i>Library Based Community</i> (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)” .....	9
2.2	Referensi Karya .....	10
2.2.1	Konten Instagram @sebumi.id.....	10
2.2.2	Konten Instagram @manualjakarta.....	13
2.2.3	Konten Instagram @Berkenalan .....	15
2.2.4	Konten Instagram @kemenparektaf.ri .....	16
2.2.5	Konten Instagram @heterospace.bms.....	19
2.3	Dasar Teori .....	20
2.3.1	Landasan Konseptual .....	21
2.3.1.1	Media Sosial sebagai Publikasi .....	21
2.3.1.2	Konten Instagram .....	22
2.3.1.3	Ekonomi Kreatif .....	23
2.3.1.4	Industri Kreatif .....	24
2.3.1.5	Komunitas Kreatif .....	24
2.3.2	Landasan Teori .....	25
2.3.2.1	Gambar .....	25
2.3.2.2	Simbol dan Ikon .....	25
2.3.2.3	Tipografi .....	26
2.3.2.4	Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	26
2.3.2.5	Warna .....	33

2.3.2.6	<i>Tagline</i> .....	34
2.3.2.7	<i>Copywriting</i> .....	34
<b>BAB III</b>	.....	36
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	.....	36
3.1	Metode Penelitian.....	36
3.1.1	Jenis Pendekatan .....	36
3.1.2	Objek dan Subjek Penelitian .....	37
3.1.3	Jenis Data dan Sumber Data .....	37
3.1.4	Informan Penelitian.....	38
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.1.6	Metode Analisis Data.....	41
3.2	Identifikasi Data .....	42
3.2.1	Profil Makin Akrab .....	42
3.2.2	Data Konten Instagram .....	57
3.2.3	Studi Komparasi.....	65
3.3	Analisis <i>Audience</i> .....	69
3.3.1	Analisis 5W1H.....	69
3.3.2	USP ( <i>Unique Selling Proportion</i> ).....	77
3.3.3	<i>Positioning</i> .....	78
3.4	Target <i>Audience</i> .....	78
3.5	Kerangka Perancangan .....	80
3.6	Jadwal Kegiatan .....	81
<b>BAB IV</b>	.....	82

<b>KONSEP PERANCANGAN KARYA .....</b>	<b>82</b>
4.1    Ide Dasar Perancangan .....	82
4.2    Konsep Perancangan .....	83
4.2.1    Target Audiens .....	83
4.2.2    Sketsa .....	84
4.2.3    Konsep Kreatif .....	85
4.2.4    Standart Visual .....	87
4.3    Media <i>Placement</i> .....	98
4.3.1    Perencanaan Media .....	98
4.4    Biaya Produksi .....	116
<b>BAB V.....</b>	<b>117</b>
<b>VISUALISASI KARYA .....</b>	<b>117</b>
5.1    Media Utama .....	117
5.1.1    Instagram <i>Feeds</i> .....	119
5.1.2    Instagram <i>Reels</i> .....	141
5.1.3    Instagram <i>Stories</i> .....	166
5.1.4 <i>Feedback Audience</i> .....	178
5.2    Media Pendukung.....	187
5.2.1 <i>Totebag</i> .....	187
5.2.2    Stiker .....	188
5.2.3    Gantungan Kunci .....	189
5.2.4 <i>T-Shirt</i> atau Kaos .....	189
5.2.5 <i>X-Banner</i> .....	191

<b>BAB VI</b> .....	192
<b>PENUTUP</b> .....	192
6.1    Kesimpulan.....	192
6.2    Saran.....	192
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	193
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	199

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 3. 1</b> Analisi 5W1H.....	77
<b>Tabel 3. 2</b> Kerangka Perancangan.....	80
<b>Tabel 3. 3</b> Jadwal Kegiatan .....	81
<b>Tabel 4. 1</b> Content Planner Instagram Makin Akrab Media .....	115
<b>Tabel 4. 2</b> Biaya produksi Makin Akrab Media.....	116

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Konten feed multipost Instagram milik @sebumi.id.....	11
<b>Gambar 2. 2</b> Stories Instagram milik @sebumi.id .....	12
<b>Gambar 2. 3</b> Feed Kalender Kreatif milik @manualjakarta.....	13
<b>Gambar 2. 4</b> Reels Instagram milik @manualjakarta.....	14
<b>Gambar 2. 5</b> Reels Instagram @berkenalan .....	15
<b>Gambar 2. 6</b> Instagram @kemenparektaf.ri .....	17
<b>Gambar 2. 7</b> Feed Instagram @kemenparektraf.ri .....	18
<b>Gambar 2. 8</b> Stories Instagram @kemenparektaf.ri .....	19
<b>Gambar 2. 9</b> Feed Instagram @heterospace.bms .....	20
<b>Gambar 3. 1</b> Logo Makin Akrab .....	42
<b>Gambar 3. 2</b> Insight (reach) Instagram Makin Akrab .....	46
<b>Gambar 3. 3</b> Insight (Engagement) Instagram Makin Akrab .....	46
<b>Gambar 3. 4</b> Insight growth Makin Akrab .....	47
<b>Gambar 3. 5</b> Jam paling aktif per Senin Instagram Makin Akrab.....	48
<b>Gambar 3. 6</b> Jam paling aktif per Selasa Instagram Makin Akrab.....	48
<b>Gambar 3. 7</b> Jam paling aktif per Rabu Instagram Makin Akrab.....	48
<b>Gambar 3. 8</b> Jam paling aktif per Kamis Instagram Makin Akrab.....	49
<b>Gambar 3. 9</b> Jam paling aktif per Jumat Instagram Makin Akrab .....	49
<b>Gambar 3. 10</b> Jam paling aktif per Sabtu Instagram Makin Akrab.....	49
<b>Gambar 3. 11</b> Jam paling aktif per Minggu Instagram Makin Akrab .....	50
<b>Gambar 3. 12</b> Insight most active day Instagram Makin Akrab.....	50
<b>Gambar 3. 13</b> Insight top location Instagram Makin Akrab.....	51
<b>Gambar 3. 14</b> Insight age range all Instagram Makin Akrab .....	52
<b>Gambar 3. 15</b> Insight age range man & women Instagram Makin Akrab.....	53
<b>Gambar 3. 16</b> Logo Makin Akrab .....	55
<b>Gambar 3. 17</b> Instagram @makinakrab.....	55
<b>Gambar 3. 18</b> Tampilan Reels Instagram @makinakrab.....	56

<b>Gambar 3. 19</b> Wawancara inisiator Makin Akrab "Indra" .....	56
<b>Gambar 3. 20</b> Profile Instagram @whiteboardjournal .....	66
<b>Gambar 3. 21</b> Profile Instagram @idea.cultura.....	68
<b>Gambar 4. 1</b> Sketsa Visual Feeds Instagram Makin Akrab.....	84
<b>Gambar 4. 2</b> Asal simbol logo Makin Akrab .....	89
<b>Gambar 4. 3</b> Logo utama Makin Akrab Media .....	89
<b>Gambar 4. 4</b> Logo Kedua Makin Akrab Media.....	90
<b>Gambar 4. 5</b> Logo gambar Makin Akrab .....	90
<b>Gambar 4. 6</b> Proses stilasi ikon teratai. ....	92
<b>Gambar 4. 7</b> Ikon Teratai.....	92
<b>Gambar 4. 8</b> Proses stilasi ikon empat sub-sektor kreatif.....	92
<b>Gambar 4. 9</b> Ikon empat sub-sektor kreatif. ....	93
<b>Gambar 4. 10</b> Proses stilasi ikon. ....	94
<b>Gambar 4. 11</b> Ikon Makin Akrab Media. ....	94
<b>Gambar 4. 12</b> Icon Makin Akrab Media.....	94
<b>Gambar 4. 13</b> Palet Warna.....	96
<b>Gambar 4. 14</b> Lay-out Feeds Instagram Makin Akrab.....	97
<b>Gambar 4. 15</b> Template Makrab stories .....	98
<b>Gambar 5. 1</b> Tampilan & Scan Barcode Instagram @makrab.media .....	119
<b>Gambar 5. 2</b> Feeds Mengenalkan Makin Akrab Media.....	119
<b>Gambar 5. 3</b> Feeds konten ke 2 logo Instagram Makin Akrab Media.....	120
<b>Gambar 5. 4</b> Konten Pekan feeds Kreatif Instagram Makin Akrab Media .....	121
<b>Gambar 5. 5</b> Konten feeds Pekan Kreatif Instagram Makin Akrab Media .....	122
<b>Gambar 5. 6</b> Konten feeds Makrab Kreatif Sharing Poster.....	123
<b>Gambar 5. 7</b> Konten carousel feeds (a) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	124
<b>Gambar 5. 8</b> Konten carousel feeds (b) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	124
<b>Gambar 5. 9</b> Konten carousel feeds (c) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	125
<b>Gambar 5. 10</b> Konten carousel feeds (d) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	125



<b>Gambar 5. 11</b>	Konten carousel feeds (e) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	126
<b>Gambar 5. 12</b>	Konten carousel feeds (f) Komunitas Instagram Makin Akrab.....	126
<b>Gambar 5. 13</b>	Konten carousel feeds (g) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	127
<b>Gambar 5. 14</b>	Konten carousel feeds (h) Komunitas Instagram Makin Akrab .....	127
<b>Gambar 5. 15</b>	Feeds Tebak gambar konten makin seru .....	128
<b>Gambar 5. 16</b>	Feeds konten ucapan hari besar kenaikan Isa Al Masih.....	129
<b>Gambar 5. 17</b>	Feeds konten Makin Seru Liburan Panjang.....	130
<b>Gambar 5. 18</b>	Konten feeds (a) Makin Kreatif Bakat Ilustrasi.....	131
<b>Gambar 5. 19</b>	Konten feeds (b) Makin Kreatif Bakat Ilustrasi .....	131
<b>Gambar 5. 20</b>	Konten feeds (c) Makin Kreatif Bakat Ilustrasi.....	132
<b>Gambar 5. 21</b>	Feeds Konten Makin Seru Lokasi Hunting .....	133
<b>Gambar 5. 22</b>	Konten curasoul feeds (a) Makrab Kreatif Ruang Edit .....	134
<b>Gambar 5. 23</b>	Konten curasoul l feeds (b) Makrab Kreatif Ruang Edit.....	134
<b>Gambar 5. 24</b>	Konten carausel feeds (c) Makrab Kreatif Ruang Edit.....	135
<b>Gambar 5. 25</b>	Konten carausel feeds (d) Makrab Kreatif Ruang Edit .....	135
<b>Gambar 5. 26</b>	Feeds 17 Subsektor Kreatif Fotografi.....	136
<b>Gambar 5. 27</b>	Konten feeds (a) kegiatan komunitas pameran Visi Visual.....	137
<b>Gambar 5. 28</b>	Konten feeds (b) kegiatan komunitas pameran Visi Visual .....	137
<b>Gambar 5. 29</b>	Konten feeds (c) kegiatan komunitas pameran Visi Visual.....	138
<b>Gambar 5. 30</b>	Feeds Konten Poster Art Hey Exhibitiion .....	139
<b>Gambar 5. 31</b>	Konten feeds (a,b) kegiatan komunitas Bawor Street Art .....	140
<b>Gambar 5. 32</b>	Konten feeds (c,d) kegiatan komunitas Bawor Street Art .....	140
<b>Gambar 5. 33</b>	Feeds Poster Creative In The Line.....	141
<b>Gambar 5. 34</b>	Clip gambar reels "Apa Itu Makin Akrab? " .....	142
<b>Gambar 5. 35</b>	Scan barcode konten reels pertama Makrab Media.....	142
<b>Gambar 5. 36</b>	Tampilan feeds dan reels pengenalan konten Makin Akrab. ....	143
<b>Gambar 5. 37</b>	Potongan konten reels tentang Mlampah Sareng.....	144
<b>Gambar 5. 38</b>	Scan barcode konten reels kedua Makrab Media .....	144
<b>Gambar 5. 39</b>	Cover reels apa aitu Mlampah Sareng.....	145

<b>Gambar 5. 40</b> Potongan konten reels tentang Aegries.....	146
<b>Gambar 5. 41</b> Scan barcode konten reels ketiga Makrab Media .....	146
<b>Gambar 5. 42</b> Cover konten reels apa itu Aegries? .....	147
<b>Gambar 5. 43</b> Reels konten kolaborasi kegiatan Mlampah Sareng .....	148
<b>Gambar 5. 44</b> Scan barcode konten reels keempat Makrab Media .....	148
<b>Gambar 5. 45</b> Reels konten kolaborasi kegiatan Visi Visual .....	149
<b>Gambar 5. 46</b> Scan barcode konten reels kelima Makrab Media .....	149
<b>Gambar 5. 47</b> Potongan Reels Teaser Creative In The Line .....	150
<b>Gambar 5. 48</b> Scan barcode konten reels keenam Makrab Media .....	150
<b>Gambar 5. 49</b> Tampilan profil poster teaser CITL .....	151
<b>Gambar 5. 50</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Indra.....	152
<b>Gambar 5. 51</b> Scan barcode konten reels ketujuh Makrab Media.....	152
<b>Gambar 5. 52</b> Poster reels CITL Makrab media x Indra .....	153
<b>Gambar 5. 53</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Naufal .....	154
<b>Gambar 5. 54</b> Scan barcode konten reels kedelapan Makrab Media.....	154
<b>Gambar 5. 55</b> Poster reels CITL Makrab media x Naufal.....	155
<b>Gambar 5. 56</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Falih.....	156
<b>Gambar 5. 57</b> Scan barcode konten reels kesembilan Makrab Media .....	157
<b>Gambar 5. 58</b> Poster reels CITL Makrab media x Falih .....	157
<b>Gambar 5. 59</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Danding .....	158
<b>Gambar 5. 60</b> Scan barcode konten reels kesepuluh Makrab Media .....	159
<b>Gambar 5. 61</b> Poster reels CITL Makrab media x Danding.....	159
<b>Gambar 5. 62</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Bagas .....	160
<b>Gambar 5. 63</b> Scan barcode konten reels kesebelas Makrab Media .....	161
<b>Gambar 5. 64</b> Poster reels CITL Makrab Media x Bagas .....	161
<b>Gambar 5. 65</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Lutfi.....	162
<b>Gambar 5. 66</b> Scan barcode konten reels ke duabelas Makrab Media .....	163
<b>Gambar 5. 67</b> Poster reels CITL Makrab media x Lutfi.....	163
<b>Gambar 5. 68</b> Cuplikan reels CITL Makrab media x Budi Basen .....	164

<b>Gambar 5. 69</b> Scan barcode konten reels ke tiga belas Makrab Media.....	165
<b>Gambar 5. 70</b> Poster reels CITL Makrab media x Budi Basen .....	165
<b>Gambar 5. 71</b> Stories motion 4 sub-sektor kreatif Makin Akrab Media .....	167
<b>Gambar 5. 72</b> Official highlight stories Makin Akrab Media .....	167
<b>Gambar 5. 73</b> Makrab update stories "Banyumas Kota Kreatif" .....	168
<b>Gambar 5. 74</b> Scan barcode video storeis .....	168
<b>Gambar 5. 75</b> Stories live report (a) Mlampah Sareng.....	169
<b>Gambar 5. 76</b> Stories live report (b) Mlampah Sareng.....	170
<b>Gambar 5. 77</b> Stories after event Mlampah Sareng.....	171
<b>Gambar 5. 78</b> Konten Makrab Stories tentang “libur panjang”. .....	172
<b>Gambar 5. 79</b> Stories repost kegiatan komunitas Visi Visual & Bawor Street Art. 172	
<b>Gambar 5. 80</b> Stories repost kegiatan komunitas Klub Gawe Siki & Mlampah Sareng. .....	173
<b>Gambar 5. 81</b> Stories repost kegiatan komunitas Aegries.....	173
<b>Gambar 5. 82</b> Stories repost kegiatan komunitas Ruang Edit. ....	174
<b>Gambar 5. 83</b> Stories fotografi 17 Subsektor ekonomi kreatif.....	175
<b>Gambar 5. 84</b> Stories kegiatan Pameran Weaning Visi Visual. ....	176
<b>Gambar 5. 85</b> Repost stories poster Siki Nobar dari Klub Gawe Siki .....	177
<b>Gambar 5. 86</b> Stories link poster Creative In The Line.....	178
<b>Gambar 5. 87</b> Feedback feeds melalui DM .....	179
<b>Gambar 5. 88</b> Bawor Street Art me-repost konten Marab Media. ....	180
<b>Gambar 5. 89</b> Respon komentar konten feed Instagram @makrab.media .....	181
<b>Gambar 5. 90</b> <i>Konten reels dan jumlah penonton @makrab.media</i> .....	181
<b>Gambar 5. 91</b> Konten reels Instagram @makrab.media.....	182
<b>Gambar 5. 92</b> Konten reels Instagram @makrab.media.....	183
<b>Gambar 5. 93</b> Konten reels dan komentar Instagram @makrab.media.....	184
<b>Gambar 5. 94</b> Konten reels dan komentar Instagram @makrab.media.....	184
<b>Gambar 5. 95</b> Konten reels dan komentar Instagram @makrab.media.....	185
<b>Gambar 5. 96</b> DM komen konten stories Instagram @makrab.media .....	186

<b>Gambar 5. 97</b> Desain Tote Bag. ....	187
<b>Gambar 5. 98</b> Desain stiker. ....	188
<b>Gambar 5. 99</b> Desain dan Gantungan Kunci .....	189
<b>Gambar 5. 100</b> Desain T-Shirt.....	189
<b>Gambar 5. 101</b> Desain Kaos .....	190
<b>Gambar 5. 102</b> Desain X-Banner. ....	191