

ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI @dkv.budiluhur

Archita Desia¹

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Budi Luhur
Jakarta, Indonesia

e-mail: archita.desialogiana@budiluhur.ac.id¹

Received : December, 2022

Accepted : December, 2022

Published : January, 2023

Abstract

Digital marketing is a type of marketing activity that expands and improves on conventional marketing techniques by utilizing the internet and information technology. Social media is now a highly common promotional tool since it is thought to be excellent at swiftly and extensively sharing information. Instagram is a popular social networking website. Using Instagram as the primary promotional platform with the account name @dkv.budiluhur, Budiluhur Visual Communication Design (DKV), a new study program inside the Budi Luhur University, aims to raise brand awareness using a variety of tactics and impactful visual approaches. Using a qualitative descriptive approach and dissecting Tom Lincy's design theory on five design principles, namely balance, contrast, and unity research, this study intends to delve deeper into the effectiveness and influence of visual elements exhibited in @dkv.budiluhur's Instagram content.

Results showed that the vision, mission, and goals of the study program at the Faculty of Communication & Creative Design were fulfilled by the Instagram feed material for the event category @dkv.budiluhur. The content design event DKV Homecoming, which was uploaded on June 6 and has 17800 views, has received the most likes between July 2022 and July 2021. Data is generated by design analysis. First, the places with the most color combinations are those that are lively and informal. The illustrations used are psychedelic types, and both text to illustration ratios are 18%. No contrast in the graphic stands out more than the others, despite the fact that contrast text has passed WCAG 2.0 at numbers 4 and 6.07.

Keywords: Instagram, Tom Lincy, Theory Design

Abstrak

Abstrak Pemasaran Digital ialah sebuah aktivitas pemasaran didalamnya internet serta teknologi informasi dipergunakan guna memperbesar serta menaikkan fungsi marketing konvensional. saat ini Media sosial menjadi media promosi yang sangat banyak digunakan karena dinilai efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Satu dari banyaknya platform media sosial yang masyur yakni instagram. Desain Komunikasi Visual (DKV) Budiluhur sebagai sebuah program studi baru di lingkungan Universitas Budi Luhur berusaha untuk meningkatkan brand awareness nya dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utama dengan nama akun @dkv.budiluhur, melalui berbagai strategi dan pendekatan visual yang efektif. penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam efektifitas dan pengaruh unsur unsur visual yang ditampilkan dalam konten instagram @dkv.budiluhur

dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dibedah menggunakan teori desain Tom Lincy berkenaan lima konsep desain yakni proporsi, keseimbangan, kontras, irama, serta kesatuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten feed instagram kategori event @dkv.budiluhur berperan untuk menjawab visi misi beserta tujuan Program Studi di Fakultas Ilmu Komunikasi & Desain Kreatif. Konten design event yang paling banyak like nya dari periode July 2022 - July 2021 adalah DKV Homecoming upload tanggal 6 Juni yang mempunyai 17800 view . Analisa desain menghasilkan data . Pertama proporsi kombinasi warna ada di area dynamic dan casual. Kedua proporsi text 18% dibandingkan ilustrasi , ilustrasi yang dipakai berjenis psychedelic . Kontras text sudah lolos dari WCAG 2.0 yaitu di angka 4 dan 6.07 , kontras pada ilustrasi tidak ada yang lebih menonjol dibanding lainnya

Kata Kunci: Instagram, Tom Lincy, Lima Konsep Desain

1. PENDAHULUAN

Keberadaan media sosial yang terus berkembang kini semakin merambah setiap aktivitas kehidupan manusia. Tidak hanya sebagai media untuk menambah pertemanan, media sosial juga dapat menjadi media kampanye hingga promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu. Dilansir dalam survey yang dilakukan Wearesocial [1], media sosial di Indonesia digunakan hingga 150 juta orang dengan rata-rata waktu penggunaannya selama 3 jam 26 menit. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dirasa efektif sebagai alat marketing digital karena kemudahan dan jangkauannya yang lebih luas. Disisi lain pengguna dari media sosial umumnya dari para generasi milenial yang sudah terbiasa dengan teknologi internet dalam kehidupan sehari-hari.

Kata "Insta" yang berarti "instan" dan kata "Gram" dari kata "Telegram" yang berarti "aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat" menjadi inspirasi nama "Instagram" [2]. Dengan berfokus pada tampilan visual yang ditonjolkan dengan caption atau penjelasan, Instagram menjadi salah satu media sosial dan media promosi yang paling ampuh, seperti yang diungkapkan oleh Stephanie Diamond [3]. Aplikasi berbagi foto Instagram dipilih untuk penelitian ini karena popularitas dan keunggulannya di kalangan anak muda saat ini. Menurut statistik Hootsuite 2019, Indonesia memiliki lebih banyak pengguna Instagram daripada negara lain di Asia dan Pasifik. [4]

Beberapa perguruan tinggi swasta mengalami penurunan pendaftaran akibat pandemi corona. [5] Beberapa siswa yang terlibat, misalnya, tidak mampu memberikan luran Pembangunan Pendidikan (SPP) hingga putus sekolah, akibat dari keterpurukan ekonomi, pengangguran, dan peningkatan jumlah pengangguran di hampir semua industri. Dampak lain dari epidemi Covid 19 adalah penolakan dari mahasiswa tertentu tentang penggunaan teknik kuliah jarak jauh (online) yang berkelanjutan, karena beberapa mahasiswa mungkin memiliki batasan biaya kredit. Mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi juga akan terpengaruh karena mereka akan kesulitan melakukan penelitian lapangan dan memberikan pengawasan, yang akan menunda kelulusan mereka dan berpotensi menyebabkan lebih banyak mahasiswa yang putus sekolah (DO)[6]

Sehingga diperlukan upaya lebih untuk mempromosikan citra yang baik. Branding adalah tata cara menampilkan nama atau label ke lingkungan sekitar sehingga dapat dilakukan penilaian yang akurat terhadap label atau label produk atau jasa tersebut. Institusi pendidikan tinggi yang gagal untuk mengesankan audiens target mereka — siswa saat ini dan calon siswa — akan cepat dilupakan [7], Menurut kemampuan perusahaan untuk menunjukkan nilai produk atau layanannya ke pasar tergantung pada kekuatan mereknya. Ekuitas didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2006) sebagai kumpulan aset dan janji yang terkait dengan merek dagang, nama, dan simbol perusahaan yang meningkatkan atau menurunkan nilai produk atau layanan bagi perusahaan atau pelanggannya.

Bermula dari pembuatan konsentrasi Desain Komunikasi Visual di tahun 2007, 11 tahun kemudian Desain Komunikasi Visual (DKV) Budiluhur termasuk satu dari Program Studi yang dalam naungan Fakultas Ilmu

Komunikasi & Desain Kreatif yang resmi dibuka pada Desember 2018. Di tahun 2021 terdapat 4 angkatan dengan jumlah total mahasiswa 130 orang

Mempunyai visi menjadi “Program Studi Desain Komunikasi Visual yang unggul dalam menghasilkan desainer yang terampil sesuai dengan standar kompetensi kerja nasional Indonesia dengan berlandaskan nilai-nilai kecerdasan berbudi luhur didukung teknologi informasi dan Komunikasi Sosial Budaya”.

Mempunyai 4 misi, pertama “memberikan pengajaran terkait aspek-aspek Kognitif, Afektif, dan Konatif sebagai Desainer sejalan dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia yang dilandasi kecerdasan dan keluhuran budi”. Kedua mengadakan program pengajaran kolaboratif yang melibatkan pelaku-pelaku Industri Kreatif, Pemerintah dan asosiasi profesi desain grafis nasional dan internasional. Ketiga mengembangkan materi-materi pembelajaran Desain Komunikasi visual yang berorientasi pada pemecahan masalah yang aktual dalam perspektif Desain Komunikasi Visual dan kewirausahaan kreatif. Keempat menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengabdian pada masyarakat dibidang desain komunikasi visual dalam wujud realisasi keluhuran budi

Mempunyai 4 tujuan. Pertama menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi (Tahu, Suka dan mampu berbuat sesuatu) di bidang Desain, Game dan Animasi yang didasari kecerdasan serta keluhuran budi serta didorong teknologi informasi serta komunikasi sosial budaya, yang mampu bekerja sama dan dapat memberikan kontribusi nyata di tingkat nasional dan internasional. Kedua menciptakan civitas akademika Program Studi Komunikasi Visual yang gemar meneliti sehingga dapat memperkaya khasanah keilmuan di bidang desain komunikasi visual yang mengacu pada prinsip dan etika kebudiluhuran dan memiliki andil untuk masyarakat yang berkejahteraan. Ketiga menghasilkan pengabdian pada masyarakat pada sektor Desain Komunikasi Visual yang mengacu pada prinsip dan etika kebudiluhuran dan memiliki kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat. Keempat mengembangkan kompetensi lulusan di bidang komunikasi visual yang dapat bersaing ditingkat nasional dan internasional terhadap perkembangan industri kreatif.

Salah satu usaha dari Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Budiluhur untuk mempromosikan citra positif adalah dengan rutin posting konten instagram. Saat ini per tanggal 4 Oktober 2022 @dkv.budiluhur mempunyai 1219 Follower dan 293 postingan. Keunikan dari konten instagram @dkv.budiluhur dibandingkan pesaingnya adalah memiliki akun instagram terpisah, desain konten variatif yang sejalan dengan visi, misi serta tujuan Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Budiluhur sehingga secara tidak langsung bisa mengedukasi audience tentang visi, misi dan tujuan. Salah satunya adalah informasi event, yang menjawab misi kedua, tujuan pertama dan tujuan keempat. Salah satu konten instagram @dkv.budiluhur yang rutin dilaksanakan adalah informasi event internal yang rutin diadakan 2x dalam 1 bulan online maupun offline ujar Fatma Misky koordinator kegiatan dan kerjasama Program Studi DKV Budiluhur.

Penelitian tentang konten instagram bukan hal yang baru, untuk memikat hati target audience dan memenangkan persaingan di antara perusahaan perlu usaha yang tidak mudah dan terus berkelanjutan, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. [8], Tidak dapat disangkal bahwa popularitas media sosial juga meningkat, berkat peningkatan penggunaan smartphone dan internet. Karena banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, setiap bisnis yang dipromosikan memiliki peluang bagus untuk diperhatikan oleh masyarakat umum [9], Melalui instagram sebuah usaha yang dipromosikan bisa cepat dikenal masyarakat karena pengguna Instagram di Indonesia cukup banyak [10]

Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @sayurboxbali, Pembuatan Konten Visual Kreatif di Instagram (studi deskriptif kualitatif) pada akun Instagram@ biskuitjoid, penganalisaan pada feeds instagram dyandra academy sebelum serta sesudah penerapan teori layout adalah beberapa tema dalam penelitian menunjukkan bagaimana usaha perusahaan untuk membentuk citra positif [11] dengan cara berpromosi di Instagram.

2. METODE PENELITIAN

Pembahasan penelitian ini adalah konten visual instagram @dkv.budiluhur yang dibuat oleh tim instagram DKV Budi Luhur . Fokus peneliti adalah konten visual yang menginformasikan event yang ada di instagram feeds , membongkar konten visual feeds dengan teori Tom Lincy dalam Design Principle for Desktop Publishing. Tom Lincy memastikan bahwa desainer memiliki lima prinsip utama untuk bekerja (Kusrianto, 2007: 277-285). Yang pertama adalah korespondensi antara dimensi fisik halaman dan teks tertulisnya. Baik tulisan informal maupun formal mendapat manfaat dari keseimbangan (balance), susunan kata dan/atau gambar pada halaman yang menghasilkan efek keseluruhan yang menyenangkan. Simetri yang tepat lebih penting daripada ukuran dalam hal menciptakan komposisi yang seimbang. Dengan kata lain, prinsip ini berkaitan dengan bergaul dengan orang lain. Pada kontras ketiga (contrast), dua komponen berbeda disatukan untuk menonjolkan satu sama lain. Semua konten di halaman akan menyatu jika dirancang dengan elemen dengan kekuatan yang sama. Gangguan tersebut dapat membuat sulit untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan desain. Ritme keempat (irama), yang memiliki arti yang sama dengan pengulangan atau pola pengulangan, adalah yang paling mungkin menghasilkan ritme yang menyenangkan. Kesatuan kelima (kesatuan), juga dikenal sebagai kedekatan (proximity), mengacu pada hubungan antara elemen desain yang sebelumnya berbeda yang telah disatukan untuk membentuk keseluruhan baru dengan karakteristik dan kegunaan baru. Kualitas desain komunikatif dapat dievaluasi dengan mengacu pada lima prinsip ini.

Metode yang penulisan artikel berikut gunakan ialah deskriptif kualitatif yakni penulis menghimpun informasi konten instagram @dkv.budiluhur, menganalisa bagian - bagian dari konten tersebut dengan 5 konsep desain Tom Lincy yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan. Objek penelitian adalah akun instagram @dkv.budiluhur, yang diakses melalui <https://www.instagram.com/dkv.budiluhur/>

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan instagram @dkv.budiluhur periode July 2022 - July 2021 berikut design event yang sudah diupload

EXOTIC
EXPERIENCE OF TEACHING INTERNATIONAL CLASS
Design In Space

SPEAKER
PROF. SHENG CHENG SHIH 施勝城
Asia University Taiwan

MODERATOR
YORI PUSPARANI, M.D.S
Dosen DKV Budi Luhur

EVENT 1:
Monday, 27 June 2022
12.00 WIB
Content: International learning from Prof. Shih about Design in Space.
Student's project output:
- Graphic Design: Signage design
- Interior Design: 3D modelling

EVENT 2:
Monday, 11 July 2022
12.00 WIB
Content: review 20 best output from Prof. Shih in graphic and interior students.

Supported By:

Register Now: Ngampobz

Gambar 1 Event Exotic Design in Space , diupload tanggal 16 juni 2022 xx view



Gambar 2 Event DKV Homecoming diupload tanggal 10 Juni 2022 681 view



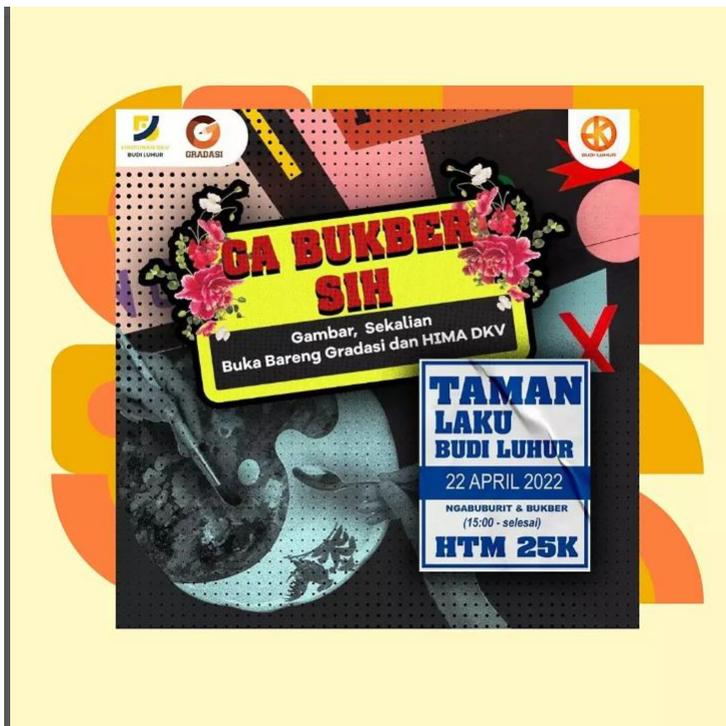
Gambar 3 Alternatif Design Promosi Event DKV Homecoming upload tanggal 9 Juni 728 view



Gambar 4 Alternatif Design Promosi Event DKV Homecoming upload tanggal 6 Juni 17800 view



Gambar 5 Design Promosi Event "Maestro" (Master introduction) dengan subtema "All About Game Industry" upload tanggal 24 April 2022 441 view



Gambar 6 Design Promosi Event "GA BUKBER SIH" (Gambar Sekalian Buka Bareng Gradasi dan Hima DKV) upload tanggal 22 April 503 view



Gambar 7 Maestro (Master Introduction) The Future of Graphic Design Industry upload tanggal 18 April 2261 view



Gambar 8 Maestro (Master Introduction) How To Become a World Class Illustrator upload tanggal 7 April 2228 view



Gambar 8 Maestro (Master Introduction) How To Become a World Class Illustrator upload tanggal 7 April 2228 view



Gambar 9 New Layer , Pameran Karya Seni dan Multimedia Universitas Budi Luhur upload 21 February 433 view



Gambar 10 NFT Kreatif Tanpa Batas upload 9 February 494 view



Gambar 11 Fikom Budi Luhur Got Talent upload 5 February 368 view



Gambar 12 Portofolio Man upload 1 July 2021 1018 view

Dari 12 design di atas yang paling banyak view nya adalah Gambar 4 Design Promosi Event DKV Homecoming upload tanggal 6 Juni , sehingga design inilah yang akan diteliti lebih dalam dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dibedah menggunakan Teori desain Tom Lincy berkenaan 5 konsep desain yakni proporsi, keseimbangan, kontras, irama, serta kesatuan.

Tom Lincy dalam *Design Principle for Desk top Publishing* memastikan bahwa ada lima prinsip utama yang dipakai dalam landasan saat seorang desainer menghasilkan karya (Kusrianto, 2007: 277-285).

1. Proporsi (*proportion*) yakni penyesuaian antara ukuran halaman beserta isi dalamnya .
2. Keseimbangan (*balance*) yakni sebuah pengaturan pada sebuah halaman miliki efek seimbang, mulai dari informal juga formal. Keseimbangan bukanlah bermaknan sama besar, tetapi makin miliki makna serta penampilan yang sama dalam bobot. Implementasi prinsip berikut berkorelasi dalam kesatuan serta harmoni.
3. Kontras (*contrast*) yakni fakta bahwasanya dua elemen berbeda dapat digabungkan sedemikian rupa sehingga salah satunya menonjol. Ketika semua elemen desain pada halaman sama-sama mengesankan, tidak ada yang menonjol. Hal seperti ini dapat menyebabkan tujuan desain yang dimaksudkan menjadi dikalahkan.
4. Irama (*rhythm*) yakni sama dengan melakukan sesuatu berulang-ulang untuk menciptakan ritme yang harapannya memunculkan irama nikmat untuk didengarkan.

3.1 Proporsi

Proporsi dalam desain grafis mengacu pada hubungan antara unsur-unsur yang terpisah dan keseluruhan (Kusrianto, 2007: 43). Sebaliknya, proporsi yang dimaksud menyangkut kesesuaian antara ukuran halaman dengan isi tata letak sampul majalah (layout). Umpan Instagram membutuhkan 1080 px x 1080 px , 1 Piksel [px] = 0,026 458 333 333 333 Centimeter [cm]

3.1.1 Proporsi pada ilustrasi

Untuk gambar 4 design promosi event DKV homecoming upload tanggal 6 Juni , proporsi ukuran 1080 px x 1080 px , bagian atas dan bawah menggunakan margin yang merupakan bagian dari elemen yang tidak dapat dipandang yang termasuk area sekitar halaman atau artboard yang akan digunakan untuk tata letak; itu berfungsi sebagai batas akhir untuk memastikan bahwa tidak ada elemen desain yang tumpah di luar halaman atau artboard.

Space ini terjadi karena resolusi gambar yang diupload kecil

Selain itu, Rustan (2008) merinci keberadaan dan nilai komponen tak kasat mata. Karena fungsi elemen tidak dapat dipahami dalam kaitannya dengan struktur tata letak, komponen tersebut tidak akan muncul dalam kerangka desain akhir.

Selain margin, Gambar serta ilustrasi sering diapai pada sebaran halaman penuh, tidak hanya di margin. Warna dan gambar sangat penting untuk setiap aspek ruang. Sebagian besar disiplin ilmu dijalankan oleh ilustrator.

3.1.2 Proporsi pada warna

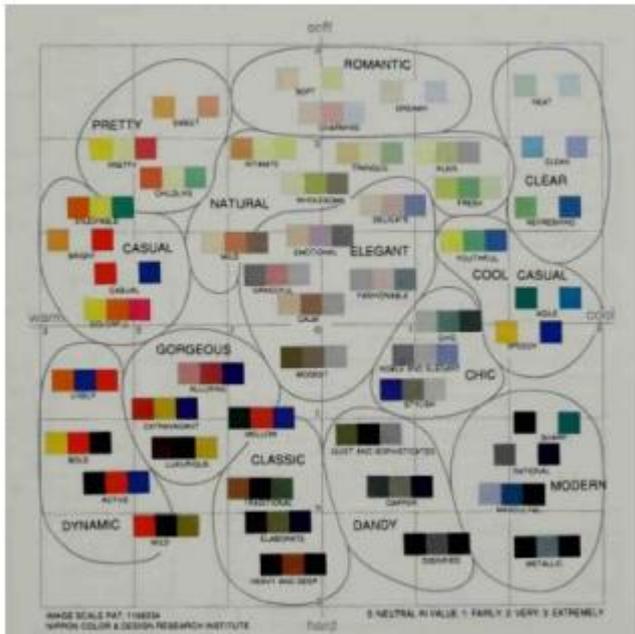


Gambar 13 Proporsi warna

Proporsi warna menurut <https://labs.tineye.com/> didominasi oleh warna grey #bbae9d 24,8% , yellow #f9c660 22,6% , orange #c1744a 11,5% , violet #3d426a sisanya warna lain kurang dari 10% yaitu blue #378188 9,6% , pink #cb3f72 7.9% , brown #ba9d60 5.9% , violet #905b68 3,3% , violet #97398a 2.8% , red #ed3930 0,6%.

Warna yang digunakan ada di area casual dan dynamic menurut seseorang ahli kombinasi warna Shinenobu Kobayashi, dalam bukunya Color Image Scale menjelaskan bagaimana mengklasifikasi warna secara sistematis menggunakan basis data yang di kembangkan di Nippon Color & Design Research

Institute.



Gambar 14 Colour Image Scale menurut Shinenobu Kobayashi

3.1.3 Proporsi pada teks dan huruf

Teks dan huruf mengambil proporsi 18% pengukuran ini didapat dari pengukuran grid manual yang dilakukan dengan cara membagi design menjadi 11 kotak ke kanan dan 11 kotak ke bawah sehingga menghasilkan 121 kotak .



Gambar 14 Pembagian grid

Kotak yang berisi lebih dari 30 % text dihitung 1 kotak terisi. pada gambar 14 terlihat ada 22 kotak yang berisi text sehingga perbandingan antara text , logo dan ilustrasi lainnya 22 : 121 yang menghasilkan angka 18% text dan 82% ilustrasi , logo dan elemen yang tidak dapat dipandang



Gambar 15 Proporsi pada text dan huruf

3.2 Keseimbangan (balance)

Sebuah halaman dapat dikatakan mengikuti prinsip keseimbangan jika semua elemennya ditempatkan di sana dengan cara yang menciptakan rasa keseimbangan. Keseimbangan formal (simetris) dan keseimbangan informal (asimetris). Penggunaan keseimbangan formal membantu menciptakan tampilan yang halus, sedangkan penataan informal akan terlihat lebih asimetris (Kusrianto, 2007:279).

3.2.1 Keseimbangan pada ilustrasi dan text

Pada Untuk gambar 4 design promosi event DKV homecoming upload tanggal 6 Juni prinsip keseimbangan yang digunakan adalah simetris karena semuanya (teks dan gambar) ditempatkan secara merata di seluruh halaman. Tidak ada yang terlihat lebih kosong daripada area sekitarnya.

Ilustrasi merupakan unsur terpenting pada gambar 4 design promosi event DKV homecoming upload tanggal 6 Juni. Memakai jenis ilustrasi psychedelic yang memberikan suasana baru untuk design keseluruhan ig @dkv.budiluhur. Dapat terlihat dari jumlah viewer yang didapatkan paling banyak dalam rentang upload 1 July 2021 sampai 1 July 2022

3.3 Kontras

Perbedaan antara area gelap dan terang suatu objek adalah apa yang kita sebut sebagai "kontras." Di bidang Desain Komunikasi Visual, kontras nilai biasanya digunakan untuk menarik perhatian pada bagian informasi atau konten tertentu sambil secara bersamaan menyulap suasana hati tertentu (Supriyono,2010:78).

Menggunakan standar kontras dari <https://webaim.org/resources/contrastchecker/> , pengukuran kontras pada judul event yaitu text DKV Homecoming , tempat dan tanggal yaitu text Sabtu 12 Juni 20022 17.00 - selesai dan text doktorandus koffie univ. budi luhur.

Contrast Checker

[Home](#) > [Resources](#) > Contrast Checker

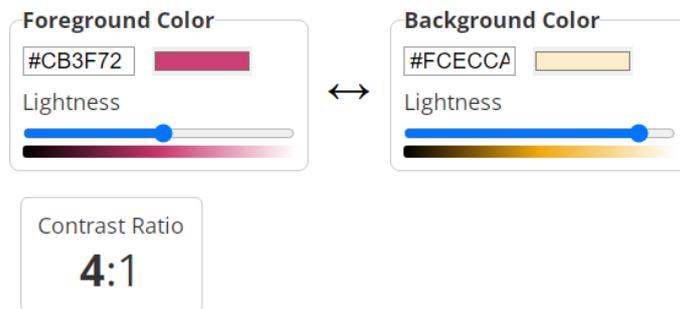


Gambar 16 Pengukuran Kontras terhadap text DKV Homecoming , Sabtu 12 Juni 20022 17.00 - selesai, doktorandus koffie univ. budi luhur.

Text menggunakan warna violet #905b68 sedangkan latarbelakang menggunakan warna yellow #f9c660 menghasilkan skore 6,7

Contrast Checker

[Home](#) > [Resources](#) > Contrast Checker



Gambar 16 Pengukuran Kontras terhadap text

Sedangkan pengukuran kontras pada text “Karaoke Rame Rame” menghasilkan skor 4. Text menggunakan warna pink #cb3f72 latarbelakang menggunakan warna yellow #FCECAA

2 angka diatas menunjukkan nilai kontras yang baik menurut WCAG 2.0 Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) yang merupakan aturan international untuk sebuah konten website, adapun angka Fail atau gagal atau tidak baik adalah 2.9.

3.3.1 Kontras pada ilustrasi.

Unsur yang paling kontras dalam ilustrasi ialah selalu terdapat objek/tokoh yang dari segi ukuran paling menonjol daripada yang lainnya.



Gambar 16 Pengukuran Kontras terhadap ilustrasi

Dapat dilihat di gambar di atas tidak ada bagian dari ilustrasi yang lebih menonjol tiap bagian memakai ukuran bidang 3x3 semua sama besar dan mempunyai keseimbangan yang sama

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten feed instagram kategori event @dkv.budiluhur berperan untuk menjawab visi misi dan tujuan Program Studi di Fakultas Ilmu Komunikasi & Desain Kreatif. Konten design event yang paling banyak like nya dari periode July 2022 - July 2021 adalah DKV Homecoming upload tanggal 6 Juni yang mempunyai 17800 view . Analisa desain yang paling mendapatkan banyak like menghasilkan data sebagai berikut , Pertama proporsi kombinasi warna ada di area dynamic dan casual. Kedua proporsi text 18% dibandingkan ilustrasi , ilustrasi yang dipakai berjenis psychedelic . Kontras text sudah lolos dari WCAG 2.0 yaitu di angka 4 dan 6.07 , kontras pada ilustrasi tidak ada yang lebih menonjol dibanding lainnya. Penulis menyarankan untuk ke depannya tim desain instagram universitas Budi Luhur memakai kombinasi warna , proporsi text dan ilustrasi seperti yang dibahas di penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Wearesocial. Global Digital Reports 2019, [https://wearesocial.com/global - digital - report - 2019](https://wearesocial.com/global-digital-report-2019) , 2020 [Mar. 10, 2020]
- [2] M. Ghazali. Panduan Menjaga Pendapatan dengan Facebook, Malaysia: Publishing House, 2016.
- [3]S. Diamond. The Visual Marketing Revolution , Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta , 2013.
- [4] H. Lynda.Wah, RI jadi pengguna Instagram Terbanyak Se - Asia Pasifik , <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik> [Juni. 16, 2022].
- [5] Adityo.Wahyu . Wabah Corona, Penerimaan Mahasiswa Baru di Sejumlah Kampus Swasta Menurun. Internet : <https://www.kompas.com/edu/read/2020/04/17/070000171/wabah-corona-penerimaan-mahasiswa-baru-di-sejumlah-kampus-swasta-menurun> 17 April, 2020. [Okt.30, 2022]
- [6] Kurniasih, E. P. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Penurunan Kesejahteraan Masyarakat Kota Pontianak. In *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* (Vol. 5, No. 7, p. 277).
- [7] Surachman. 2008. Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan). Malang: Bayumedia Publishing
- [8] Hanindharputri, M. A., & Irhandi, I. G. N. G. G. (2020). KONTEN VISUAL INSTAGRAM PLAGA WINE SEBAGAI UPAYA BRANDING KEPADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Nawala Visual*, 2(1), 54-59.

[9] Prahesty, A. A. (2020). *PEMBUATAN KONTEN VISUAL KREATIF DI INSTAGRAM (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram@ biskuitijoid)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

[10] Nandaryani, N. W., Santosa, N. A., & Putra, I. P. D. A. (2021, April). ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI@ SAYURBOXBALI. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 4, pp. 407-415).

[11] Kotler. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindorodan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.