

PERANCANGAN MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK SOSIAL MEDIA INSTAGRAM FEED MERRY TRIIP DI JANJI DESIGN LAB

Aldi Ahmad Fachrezi¹, Eldiana Tri Narulita², I Gede Agus Indram Bayu Artha³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: aldi.af51@gmail.com

Abstrak

Magang merupakan proses mempelajari keahlian tertentu melalui kegiatan di dunia kerja. Pada kegiatan magang di Janji Design Lab, mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam keseharian di tempat magang dan pengerjaan proyek, salah satunya proyek *social media management* Instagram Merry Triip. Terdapat masalah yang dapat diselesaikan melalui proses magang yaitu bagaimana sistem manajemen yang diterapkan pada perusahaan Janji Design Lab dan cara merancang desain komunikasi visual untuk media sosial Instagram feed MerryTriip. Dengan menggunakan teori magang, manajemen, promosi, instagram, dan unsur visual. Hal itu bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem manajemen yang diterapkan pada perusahaan Janji Design Lab, dan proses merancang desain komunikasi visual untuk media sosial Instagram Feed Merry Triip. Metode penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif berdasarkan data kualitatif yang dikumpulkan dari hasil wawancara dengan pihak Janji Design Lab, observasi partisipasi dan dokumentasi selama proses magang, serta studi pustaka melalui jurnal, buku, media online. Dari hasil analisis data diperoleh bahwa Janji Design Lab memiliki sistem manajemen dengan struktur organisasi yang dikepalai oleh CEO yang dibantu oleh CMO, dibawahnya terdapat *Administration Accounting*, *Project Manager*, *Content Director*, serta *Creative Designer* dan *Photographer*. Alur kerja Janji Design Lab terdiri atas beberapa tahap yang diawali *meeting* dengan klien, dan diakhiri dengan *report* dan *analytic*. Proses perancangan desain Instagram Feed Merry Triip terdiri atas menerima brief dalam bentuk content plan, menganalisis brief, melakukan pencarian data dan aset desain, serta pembuatan konsep. Kemudian merancang desain menjadi sebuah Monthly Feed menggunakan Adobe Illustrator dan Photoshop. proses akhir, monthly feed dibuatkan bentuk preview desain.

Kata Kunci: Magang, Desain Komunikasi Visual, Instagram Feed

Abstract

The internship is a process of learning certain skills through activities in the work. On the intern activity at the Janji Design Lab, get a chance to engage in the company's daily lives and project work like Merry Triip social media management. There are problems that can be solved through the internship like how the management system of the Janji Design Lab and how to design visual communication to Merry Triip's Instagram feed. That by using theories of internship, management, promotion, Instagram, and visual elements. That's are aimed to figure out how the management system of Janji Design Lab, and the process of designing visual communication designs for Merry Triip's Instagram Feed. This method of assessment uses qualitative analysis with a descriptive approach based on qualitative data gathered from interviews with Janji Design Lab, observation of participation and documentation during the Internship, and a library study through e-journals, books, online media. From the Analysis that Janji Design Lab has management systems of organizational structure headed by the CEO and supported by CMO, underneath which are Administration-Accounting, Project Manager Content Director, Creative Designer, and a Photographer. Then workflow of Janji Design Lab was a few stages that started the meeting with the client, and it ended with a report and analytic. Then the design process of Merry Triip's Instagram Feed consists of receiving a content plan as brief, analyzing the brief, conducting data search and assets, creating concepts. Design it into a monthly feed using adobe illustrator and photoshop. The final process, the monthly feed provides a design preview.

Key Word: Internship, visual communication design, Instagram feed

PENDAHULUAN

Industri kreatif pada dekade terakhir ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dikarenakan industri ini sangat berperan besar dalam membantu perekonomian nasional. Industri kreatif adalah sebuah industri yang dicirikan oleh daya kreativitas untuk menghasilkan dan menciptakan banyak desain inovatif, yang terkait dengan produk atau layanan yang diproduksi (Howkins, 2001). Di dalam industri kreatif atau ekonomi kreatif terdapat 16 subsektor yaitu *Game Developer*, Kriya, Desain Interior, Musik, seni rupa, Desain Produk, Fashion, Kuliner, Film Animasi dan Video, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Arsitektur, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, *App Developer* (<https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif> Diakses pada 30 Desember 2021).

Kita berada di masa Revolusi Industri 4.0 dimana media online diintegrasikan dengan dunia industri. Hal tersebut menyediakan peluang bagi Industri Kreatif untuk lebih berkembang. Di sisi lain berdasarkan data dari “*Digital 2021 Local Country Headline Reports*” oleh Hootsuite dan We Are Social penggunaan media sosial di Indonesia memiliki persentase yang tinggi, dimana Pengguna Media Sosial Aktif sebanyak 170 juta pengguna atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia, dan jenis platform yang paling banyak digunakan (*top 3 most used social media platform*) diantaranya Youtube, Whatsapp, dan Instagram (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses pada 30 Desember 2021). Dari data tersebut, bisa diketahui media sosial memiliki jumlah audiens yang tinggi, hal tersebut membuat para pemilik usaha mempromosikan merek dagangnya di media sosial. Untuk menaungi hal tersebut perlu adanya *social media management*, yang merupakan sebuah proses membuat, menerbitkan, dan menganalisis konten yang di posting di platform media sosial, serta terlibat dengan pengguna di platform tersebut (<https://www.wartaekonomi.co.id/read338168/apa-itu-social-media-Management> diakses pada 27 Desember 2021). Desain Komunikasi Visual yang merupakan ilmu mempelajari tentang bagaimana cara mengkomunikasikan sesuatu secara visual

menjadi salah satu instrumen yang penting pada *social media management*, sebab dalam ilmu Desain Komunikasi Visual, menjadi cara dalam membantu penyampaian informasi dibuat dengan teknik yang efektif dan membuat visual yang menarik pada lapak akun media sosial.

Salah satu agensi kreatif atau studio desain yang berbasis di Bali adalah Janji Design Lab, sebuah perusahaan yang bergerak di ruang lingkup bidang grafis dan bidang yang serupa. Pada kesempatan ini, penulis memilih Janji Design Lab sebagai tempat magang atau praktik kerja. Memiliki cukup pengalaman di bidangnya dan telah menghasilkan desain yang baik serta memiliki gaya minimalis yang sesuai dengan selera penulis, menjadikan alasan penulis memilih Janji Design Lab sebagai tempat magang atau praktik kerja. Melalui kegiatan magang ini ada pengetahuan tentang dunia industri yang tidak bisa mahasiswa dapatkan selama perkuliahan, seperti bagaimana sistem manajemen sebuah yang diterapkan dalam sebuah industri khususnya di ruang bidang grafis. Sistem manajemen yang dipelajari juga mencakup point penilaian didalam mbkm yaitu tata kelola ekisistem dan riset dasar. Selain itu juga mahasiswa berkesempatan terlibat langsung dalam proses pengerjaan sebuah proyek, sehingga memberikan mahasiswa pengalaman dalam pengerjaan proyek nyata. Penulis berkesempatan dalam terlibat langsung dalam sebuah proyek *social media management* untuk Merry Triip. Merry Triip adalah sebuah Travel Agency dengan tujuan perjalanan keluar negeri. Sewaktu penulis terlibat dalam proyek ini, Merry Triip sedang dalam periode tujuan perjalanan ke Uzbekistan.

Merry Triip sendiri merupakan perusahaan yang baru merintis, sehingga sebelumnya Merry Triip belum memiliki media yang digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* serta promosi. menurut Chamid, *brand awareness* (kesadaran merek) diartikan sebagai kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari katagori produk tertentu (Yosef, 2017: 603). Kemudian promosi sendiri diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan

konsumen akan merek dan produk perusahaan (Fandy Tjiptono, 2015: 387). Hal tersebut menjadi alasan penulis untuk mengangkat kasus ini. Karena adanya tren penggunaan media sosial yang merujuk pada data “*Digital 2021 Local Country Headline Reports*” terhadap penggunaan media sosial, menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif untuk digunakan dalam kegiatan meningkatkan *brand awareness* dan promosi Merry Triip.

Desain Komunikasi Visual adalah salah satu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout. Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Kursianto, 2007: 2). Hal ini media Desain Komunikasi Visual melalui sarana media sosial dapat menjadi cara dalam kegiatan meningkatkan *brand awareness* dan promosi. disisi lain platform media sosial yang digunakan adalah berbasis visual, dimana yang menjadi instrumen utama dalam penyampaian informasi adalah visual.

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka masalah yang didapat dirumuskan ialah sebagai berikut :

- a. Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan pada perusahaan Janji Design Lab?
- b. Bagaimana cara merancang desain komunikasi visual untuk media sosial Instagram Feed MerryTriip?

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penilitan ini penulis memilih jenis analisis deskriptif kualitatif. Dengan jenis analisis deskriptif ini maka dalam memperoleh data penulis harus memperoleh data yang mendalam, jelas dan spesifik. Dalam penyusunan memerlukan data yang diperoleh melalui beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

Metode Observasi Partisipasi

Observasi partisipan merupakan observasi dimana orang yang melakukan pengamatan berperan serta ikut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi (Riyanto, 2010:98-100). Observasi ini dilakukan secara langsung dimana penulis terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari di tempat magang. Kegiatan tersebut seperti mengikuti proses pengerjaan sebuah proyek, daily routine di tempat kerja, terlibat dalam penggarapan proyek nyata, serta mengikuti tatanan alur kerja di tempat magang. Melalui kegiatan tersebut penulis dapat mengamati bagaimana sistem manajemen proyek, dan proses desain yang diterapkan oleh mitra atau tempat magang (Janji Design Lab).

Metode Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden (Riyanto, 2010:82). Metode wawancara ini dilakukan dengan bapak Ivan Agilitio selaku pemilik Janji Design Lab serta pegawai Janji Design Lab, bertempat di lingkungan tempat magang/praktik kerja. Melalui wawancara ini penulis berusaha menggali informasi tentang gambaran mitra, sistem yang diterapkan, serta informasi yang berkaitan dengan proyek yang dimana penulis terlibat didalamnya.

Metode Dokumentasi

Dokumentasi ada metode mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada (Riyanto, 2010:103). Pada metode dokumentasi, penulis mengumpulkan data mengenai gambaran mitra melalui situs resmi mitra, dokumen proposal mitra, serta pengambilan foto/video/mencatat yang terjadi dan yang ada di lingkungan sekitar selama kegiatan magang. Metode ini berguna untuk melengkapi dan memperkuat data yang dikumpulkan melalui metode observasi dan wawancara.

Metode Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian (Nazir, 1998 : 112). Dalam hal ini metode studi pustaka digunakan untuk mencari data dan teori untuk menunjang perancangan desain untuk social media management MerryTriip, dan proses

mempelajari sistem manajemen yang diterapkan oleh mitra.

LANDASAN TEORI

Magang/Praktik Kerja

Magang/Praktik Kerja adalah proses belajar di mana seseorang memperoleh dan menguasai keterampilan tanpa dan atau dengan petunjuk dari orang yang sudah terampil dalam pekerjaan itu (Anwar, 2015:77). Magang sendiri memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dengan cara ikut bekerja sehari-hari pada suatu instansi atau perusahaan pemerintah maupun swasta. Adapun tujuan pelaksanaan magang diantaranya adalah :

1. Untuk memantapkan penguasaan keterampilan yang diinginkan dan ditekuni untuk dijadikan mata pencaharian (Anwar, 2015:80).
2. Memperluas dan mempercepat jangkauan pengadaan tenaga kerja terampil sesuai dengan kebutuhan lingkungan, sehingga dapat segera berpartisipasi dalam membangun lingkungan sekitarnya (Anwar, 2015:80).

Manajemen

Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasansumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Manullang, 2008: 5). Dalam proses manajemen tentunya ada tujuan yang ditetapkan, untuk mencapai hal tersebut perlu adanya sarana manajemen yang terdiri atas “6 M” diantaranya adalah :

- a. Men atau manusia
 - b. Money (uang)
 - c. Materials (bahan-bahan)
 - d. Machines (alat)
 - e. Methods (cara melakukan pekerjaan)
 - f. Markets (pasar)
- (Manullang, 2008: 5).

Dilihat dari sudut proses atau urutan pelaksanaan aktivitas manajemen seorang manajer, maka fungsi-fungsi manajemen tersebut ada lima. Kelima fungsi manajemen ini selain dinamai aspek-aspek manajemen atau unsur-unsur manajemen, disebut juga proses manajemen (Manullang, 2008: 13). Kelima fungsi atau unsur-unsur manajemen yang juga disebut proses manajemen adalah:

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Penyusunan
- d. Pengarahan
- e. Pengawasan

Promosi

Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk atau jasa perusahaan (Tjiptono, 2015:387). Promosi memiliki tujuan dan fungsi diantaranya adalah :

1. Memberikan informasi
2. Membujuk dan mempengaruhi
3. Menciptakan kesan (*image*)
4. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan

(Swastha, 2000:245-246).

Promosi memerlukan media sebagai perantara untuk menyalurkan tujuan dan fungsi dari promosi tersebut. Media periklanan atau media promosi terbagi atas 2 jenis media yaitu :

1. Media lini atas (*Above the line*), merupakan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media massa. Media yang digunakan biasanya adalah media televisi, radio, media cetak, internet, dan sebagainya.
2. Media lini bawah (*Bellow the line*), merupakan aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen. Media yang digunakan adalah event, *sponsorship*, *sampling*, *point of sale* (POS) materials, *consumer promotion*, dan sebagainya.

Instagram

Media sosial adalah salah satu jenis media promosi *Above the line* yang target audiensnya dijangkau secara luas. Salah satu jenis platform media sosial yang saat ini banyak digunakan adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses tanggal 19 Januari 2022). Instagram memiliki berbagai jenis format post atau unggahan, pada umumnya format unggahan Instagram yang paling sering digunakan adalah :

1. Instagram Post/Feed, merupakan format default atau format utama pada Instagram karena post yang diunggah pada format ini akan di tampilkan di halaman beranda pengguna lain, dan akan ditampilkan semua post pada profil feed penggunanya.
2. Instagram Story (Stories), merupakan format yang memungkinkan untuk membagikan cerita keseharian penggunanya, yang hanya bertahan selama 1 hari setelah diunggah. Format unggahan ini dapat di akses pada bar stories di halaman beranda Instagram.

Adapun pengguna media sosial memberikan beberapa manfaat diantaranya adalah :

1. Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan (Puntoadi, 2011: 6).
2. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen (Puntoadi, 2011: 21).

Unsur Visual

• Ilustrasi

Pengertian ilustrasi sangat beragam dan bergantung pada tujuannya. Ilustrasi sendiri berasal dari bahasa Latin *illustrare* yang artinya menerangi, menghias. Ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik (Supriyono, 2010:51). Teknik dalam pembuatan ilustrasi/gambar pada desain bisa terbagi dari 2 yaitu, *Manual/Hand Drawing*/Gambar Tangan dan *Digital* (Hendri Hendratman, 2017).

• Teks

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, teks merupakan naskah yang berupa kata-kata asli dari pengarang atau bahan tertulis untuk memberikan pelajaran, berpidato dan lain sebagainya. Teks merupakan suatu struktur, yang terdiri dari unsur – unsur yaitu :

- *Headline* (judul)
- *Subheadline* (sub judul)
- *Bodycopy* (body teks)
- *Tagline* (slogan)
- *Baseline* (penutup) (Supriyono, 2010: 131 - 132).

• Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan). Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain dalam komunikasi. Dibaca atau tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaan huruf (*type face*) dan cara penyusunannya. Informasi yang menarik bisa saja tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk (Supriyono, 2010:23).

Huruf dapat diklasifikasi berdasarkan jenisnya, antara lain:

- *Serif*
- *Sans-Serif*
- *Script*
- *Decorative*

ada beberapa pedoman dalam penggunaan tipografi yang benar, yaitu :

- *Readability* (keterbacaan)
- *Clarity* (kejelasan)
- *Visibility* (dapat dilihat)
- *Legibility* (Wibowo, 2015:92).

• Warna

Salah satu elemen visual yang mudah menarik perhatian adalah warna. Warna merupakan unsur penting dalam desain, karena dengan warna, suatu karya desain mempunyai arti atau nilai lebih (*added value*). Keindahan sebuah warna tidak akan ada artinya apabila hadir sendiri tanpa kehadiran warna-warna lain di sekitarnya, karena warna-warna tersebut akan saling mempengaruhi (Wibowo, 2015:131).

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu :

1. Hue – pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, biru, kuning, hijau dan seterusnya.
2. Value – terang gelapnya warna.
3. Intensity – tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Berdasarkan hue, warna menjadi tiga golongan yaitu :

1. Warna primer (*primary colors*), merupakan warna dasar.
2. Warna sekunder (*secondary colors*), merupakan campuran dari warna primer.
3. Warna Tersier (*tertiary colors*), merupakan campuran warna primer dengan warna sekunder (Supriyono, 2010:72).

Secara visual warna dapat menjadi dua golongan, yaitu warna dingin dan warna panas, yaitu:

1. Warna dingin : hijau, biru, hijau-biru, biru-ungu dan ungu. Warna dingin dapat memberi kesan pasif, statis, kalem, damai dan secara umum kurang mencolok.
2. Warna panas : merah, merah-oranye, oranye, kuning-oranye, kuninghijau, dan merah-ungu. Warna panas memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian (Supriyono, 2010:74).

- **Ukuran**

Besar-kecilnya elemen visual perlu diperhitungkan secara tepat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca yang tinggi. Dengan membuat skala prioritas merupakan langkah awal untuk mempermudah penyusunan elemen-elemen desain.

Masing masing platform media sosial memiliki caranya masing masing dalam membuat display unggahan penggunaannya, sehingga ukuran media yang diunggah pada media sosial tergantung atau mengikuti pada platform yang digunakan dan format unggahannya.

SISTEM MANAJEMEN JANJI DESIGN LAB

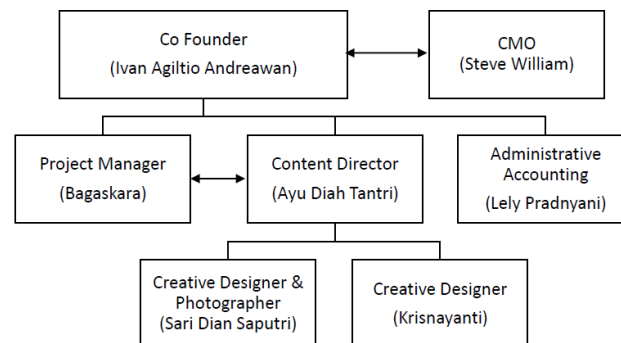
Janji Design Lab merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di ruang lingkup bidang grafis dan bidang yang serupa, namun memiliki fokus pada *social media management*. Perusahaan berlokasi di The Ambengan Tanten Office, Jl. Imam Bonjol, Gg Rahayu 16A, Denpasar Barat, Denpasar, Bali. Memiliki bentuk usaha berupa CV (*Commanditaire Vennootschap*), merupakan bentuk perjanjian kerjasama untuk mengatur perusahaan serta bertanggung jawab secara penuh dengan kekayaan pribadinya serta orang-orang yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia memimpin perusahaan serta bertanggung jawab secara terbatas pada kekayaan yang di ikutsertakan di dalam perusahaan (Wijatno, 2009: 110).

Pada pembahasan sistemen manajemen Janji Design Lab terdapat 2 bagian yang akan dibahas diantaranya sebagai berikut :

Struktur Organisasi

Janji Design Lab dikepalai oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*) yang di bantu oleh

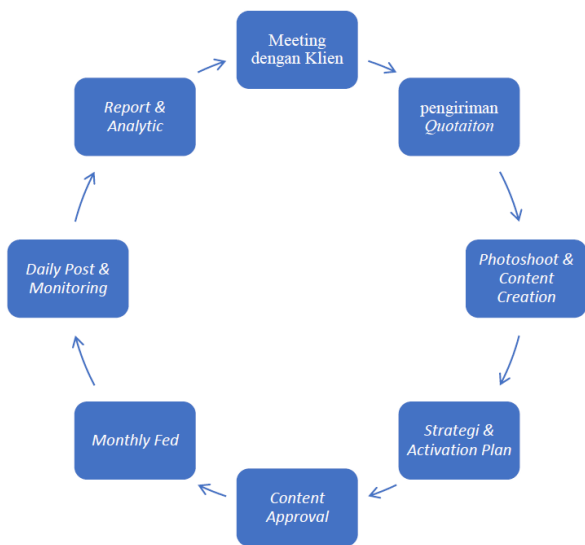
CMO (*Chief Marketing Officer*). Dibawah CEO terdapat *Project Manager* yang terkait dengan *Content Director*, *Administrative Accounting*. Di bawah *Content Director* terdapat *Creative Designer* dan *Photographer*.



Gambar 1. Bagan Struktur Organisasi Janji Design Lab (sumber : Dokumen pribadi)

Alur Kerja

Janji Design Lab dalam penggarapan sebuah proyek memiliki alur kerja yang dimulai dari *meeting* dengan klien, kemudian dilanjutkan dengan pengiriman *Quotaiton*, setelah negosiasi dan proyek disetujui, masuk ke proses penyusunan *Strategi & Activiation Plan*, selanjutnya melakukan *Photoshoot* dan pembuatan *content*, setelah perancangan *content* selesai, rancangan *content* diajukan kepada klien, jika disetujui (*Content Approval*), dilanjutkan ke realisasi rencana *content* menjadi Feed bulanan (*Monthly Feed*) melalui proses desain, setelah desain Feed bulanan selesai, kemudian penjadwalan post dan *monitoring*. Setelah Feed bulanan sudah ter-post semua, maka tim Janji Design Lab memberikan hasil *report* dan *analytic* dari Feed bulanan kepada klien.



Gambar 2. Bagan alur kerja Janji Design Lab (sumber: Dokumen pribadi)

PROSES PERANCANGAN

Proses perancangan adalah tahapan tahapan yang dilakukan dalam merancang sebuah desain, dalam hal ini adalah desain untuk Instagram Feed Merry Triip. Tahapan yang digunakan berdasarkan alur kerja untuk posisi *Creative Designer* di Janji Design Lab. Alur kerja posisi *Creative Designer* di Janji Design Lab diantaranya sebagai berikut :

1. Menerima *brief*, berupa *Content Plan* yang disusun oleh *Content Director*.
2. Menganalisis *biref* serta mencari data dan aset, mengamati *content* yang akan dimuat, kemudian mencari informasi terkait content tersebut, serta mencari aset sebagai material desain.
3. Pembuatan konsep, merancang visual desain akan seperti apa, tahap hanya dilakukan sekali pertama kali menerima proyek tersebut.
4. Perancangan desain menjadi *Monthly Feed*, *Monthly Feed* adalah istilah untuk kumpulan desain feed untuk jangka waktu sebulan.
5. Membuat Preview Desain, bertujuan untuk memperlihatkan visualisasi *Monthly Feed* ketika berada di tampilan *profil feed* pengguna.

KONSEP KARYA



Gambar 3. Inftagram Feed (*Monthly Feed*) (sumber : dokumen perusahaan)

Latar dari proyek desain untuk social media management Instagram Merry Triip adalah bahwa Merry Triip merupakan usaha travel agent dengan tujuan perjalanan ke luar negeri. Merry Triip memiliki rencana untuk memiliki tujuan perjalanan ke berbagai negara berbeda. Ketika penulis terlibat dalam proyek ini, Merry Triip sedang dalam periode perjalanan ke Uzbekistan. Jenis media yang digunakan adalah format unggahan Instagram jenis Instagram Post/Feed. Adapun konsep karya yang dirumuskan penulis diantaranya adalah:

1. Tema tujuan negara, Dengan rencana tujuan perjalanan ke berbagai negara secara periodik, maka desain akan menyesuaikan dengan periode tujuan perjalanan. Mengunsung konsep ini bertujuan untuk memperkuat kesan dan kepercayaan calon konsumen kalau Merry Triip sedang open trip ke negara tersebut. konsep ini ditampilkan melalui penggunaan unsur ilustrasi dan warna.
2. *Minimalist* dan *simple*, konsep ini berdasarkan *major style* yang dimiliki oleh tempat magang penulis (Janji Design Lab) yaitu minimalis. Desain yang sederhana

dapat memperkuat kesan minimalist pada desain. Tujuan mengusung konsep ini adalah untuk menyederhanakan penyampain informasi secara visual, sehingga audiens lebih mudah dalam menerima maksud dari informasi yang ingin di samapaikan.

Selain penggunaan konsep desain secara umum, adapun penggunaan konsep berdasarkan unsur visual, diantaranya sebagai berikut :

a. Ilustrasi

Jenis Ilustrasi yang digunakan pada proyek desain ini adalah ilustrasi berupa foto. Penggunaan foto sebagai instrumen ilustrasi adalah salah satu major style lainnya dari Janji Design Lab. Hampir semua proyek yang digarap Janji Design Lab selalu menggunakan foto sebagai instrumen utama ilustrasi. Ilustrasi foto dalam proyek desain ini digunakan sebagai pendukung teks, seperti mempertegas maksud teks ataupun hanya sekedar sebagai aksen (background). Ilustrasi foto yang ditampilkan pada setiap desain post, tergantung dengan content yang disajikan.

Content Instagram Merry Triip mengangkat seputar suasana negara tujuan, content informasi mengenai traveling dan hal terkait dengan negara tujuan. Content yang terkait dengan negara tujuan, foto yang digunakan adalah mengenai negara tersebut seperti bangunan, suasana, pemandangan dan lainnya. Tujuan nya adalah untuk memperkuat konsep tema negara tujuan. Dalam proyek ini foto yang digunakan didapat dari situs penyedia aset. Karena didapat dari situs penyedia aset, dimana hanya bisa mendapat foto apa yang disediakan, maka tidak semua foto yang tersedia sesuai dengan apa yang diinginkan atau yang direncanakan. Sehingga setiap foto yang digunakan perlu diolah atau diedit yang disebut sebagai proses *digital imaging*.

Selain foto, jenis ilustrasi yang digunakan adalah icon (ilustrasi vektor), namun penggunaannya tidak sebanyak penggunaan foto. Tujuan penggunaan icon adalah sebagai pendukung teks, dibandingkan sebagai aksen, icon lebih banyak untuk mempertegas maksud teks. Icon dapat menyampaikan informasi lebih cepat dari pada sebuah teks, walapun yang disampaikan tidak bisa se-spesifik teks. Dengan menggunakan icon akan memudahkan audiens dalam menerima maksud informasi yang ingin disampaikan. Icon yang digunakan juga memiliki bentuk yang

sederhana, sehingga memeperkuat kesan sederhana pada desain.

b. Teks

dalam proyek desain ini berperan sebagai instrumen utama dalam menyampaikan informasi. Jenis unsur teks yang digunakan pada setiap desain sebageaian besar hanya menggunakan 2 jenis unsur teks (Headline, dan Subheadline atau body text). Jika format post yang digunakan Carousel post (multiple slide) unsur teks yang digunakan bisa sampai 4 unsur teks (Headline, Subheadline, body text, dan closing). Dalam membuat urutan baca metode yang digunakan adalah membuat variasi ukuran teks. Semakin besar ukuran teks, maka lebih dulu teks tersebut di lihat oleh mata.

c. Tipografi

Proyek desain ini menggunakan jenis huruf sans-serif sebagai jenis huruf utama. Huruf Sans-Serif memiliki readability dan legibility yang tinggi, memberikan kesan minimalis, sederhana, clean dan modern. Kesan yang dihasilkan oleh huruf Sans-Serif sesuai dengan konsep yang diusung pada proyek desain ini.

d. Warna

Penggunaan warna pada proyek desain ini memiliki peran penting dalam memberikan kesan untuk negara tujuan. Warna utama yang digunakan pada proyek desain ini adalah palet warna coklat. Coklat sendiri termasuk dalam warna netral. Walaupun warna netral, warna coklat mampu memberikan kesan tertentu tergantung tone warna yang digunakan. Pada desain ini, tone warna coklat yang digunakan lebih kepada warna hangat/panas. Warna coklat merupakan warna tanah atau pasir, coklat yang lebih terang merepresentasikan pasir. Sesuai dengan negara Uzbekistan yang termasuk sebagai negara Timur Tengah yang terkenal berpadang pasir dan bersuhu hangat/panas.

Peran penting lainnya dari penggunaan warna adalah memberikan konsistensi pada sebuah paket desain dengan penggunaan tone warna yang sama pada setiap desain. Konsistensi pada desain dapat memperkuat visual identity dari sebuah brand.

e. Ukuran

Ukuran desain yang digunakan pada proyek ini terbagi atas 2 pilihan berdasarkan format unggahan. Terdapat 2 jenis format unggahan yang digunakan pada proyek ini, Instagram post dan Instagram Stroy. Ukuran desain untuk Instagram

post menggunakan format square dengan resolusi 1080px : 1080px. Sedangkan untuk Instagram Story menggunakan resolusi 1920px : 1080px.

Ada sedikit aturan ukuran dalam Instagram story, dimana adanya perbedaan ukuran bidang desain dengan ukuran medium desain (keseluruhan desain). Terdapat batas aman bidang desain dengan memberikan jarak masing-masing 200px sisi tepi atas dan bawah. Batas aman bidang desain bertujuan untuk menghindari elemen penting tertutup oleh tampilan fitur yang ada di Instagram story, yaitu icon profil account dan bar instastory pada sisi atas dan kolom komentar pada sisi bawah.

SIMPULAN

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa Janji Design Lab memiliki sistem manajemen dengan struktur organisasi yang dikepalai oleh CEO yang dibantu oleh CMO, dibawahnya terdapat *Administration Accounting, Project Manager, Content Director*, serta *Creative Designer* dan *Photographer*. Alur kerja Janji Design Lab terdiri atas beberapa tahap yang diawali *meeting* dengan klien, dan diakhiri dengan *report* dan *analytic*. Proses perancangan desain Instagram Feed Merry Triip terdiri atas menerima brief dalam bentuk content plan, menganalisis brief, melakukan pencarian data dan aset desain, serta pembuatan konsep. Kemudian merancang desain menjadi sebuah *Monthly Feed* menggunakan Adobe Illustrator dan Photoshop. proses akhir, monthly feed dibuatkan bentuk preview desain.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2021. "Instagram - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas", <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 19 Januari 2022

Anwar Prabu Mangkunegara, A.A.. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Kemp, Simon. 2021. "*Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal — Global Digital Insights*",

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, diakses pada 30 Desember 2021.

Kusrianto, Adi. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset

Basu, Swastha. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta:PT Raja Grafindo.

Hendratman, Hendri. 2017. Computer Graphic Design edisi revisi ke-3. Bandung: Penerbit Informatika.

Howkins, John. 2001. *The Creative Economy*. Inggris: Penguins Book

Manullang, M.. 2008. Dasar-Dasar manajemen. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Nazir. 1998. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia

Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Riyanto, Y. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya: Penerbit SIC.

Sucahyo, Yosef. 2017. Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Brand Equity pada Brand Happy Baby. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol 2. No 5.

Supriyono. 2010. Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Cv. And

Wibowo, Ibnu T. 2015. Belajar Deain Grafis. Yogyakarta : Notebook

Wibowo, Patrick Trusto Jati. 2021. "Apa Itu Social Media Management?", <https://www.wartaekonomi.co.id/read338168/apa-itu-social-media-Management>, diakses pada 27 Desember 2021.

Wijatno, Serian. 2009. Pengantar Entrepreneurship. Jakarta : Grasindo.