

# STRATEGI PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL UNTUK MENARIK MINAT ANAK MUDA TERHADAP BUBUR AYAM PAK LIK DI IDENT CREATIVE AGENCY

Luh Gede Ananda Satchita<sup>1</sup>, Ni Ketut Rini Astuti<sup>2</sup>, Wahyu Indira<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : [nandaluhde@gmail.com](mailto:nandaluhde@gmail.com)

## Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini menunjukkan kemajuan yang luar biasa, Dan saat ini banyak hal yang bisa di lakukan dengan seperti berkomunikasi dan berbisnis. Adanya kemudahan teknologi menyebabkan ekspansi Perusahaan dalam pengembangan pasar untuk mencapai pelanggan baru secara online. perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen baru pengembangan Perusahaan. Salah satunya adalah Bubur Ayam Pak Lik yang merupakan warung bubur ayam legendaris sejak tahun 1997 yang terletak di depan monumen Bajra Sandhi Renon. Bubur Ayam Pak Lik memang sudah sangat di kenal oleh Masyarakat Denpasar namun tidak semua konsumen berasal dari kalangan anak muda masa kini. Sehingga perancangan media desain komunikasi visual sebagai strategi promosi untuk menarik minat konsumen anak muda terhadap eksistensi Bubur Ayam Pak Lik yang sudah legendaris sejak tahun 1997. Pengumpulan data ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai pemilik warung Bubur Ayam Pak Lik mengenai permasalahan yang di hadapi berupa kalangan anak muda nyaris tidak tahu tentang Bubur Ayam Pak Lik, pemilik warung Bubur Ayam Pak Lik ingin agar Masyarakat dari semua kalangan tau dan konsumen lama ingat tentang bubur ayam legendaris sejak tahun 1997 ini. Hasil observasi menyatakan bahwa media promosi berupa pembaruan feed Instagram mampu menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen Bubur Ayam Pak Lik dari kalangan anak muda. Desain *feed Instagram* yang menarik dapat mempengaruhi minat konsumen yang melihat, seperti gambar, tipografi, warna dan informasi yang di muat di dalam nya. Selain itu pemanfaatan *reels Instagram* juga dapat menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Penguatan konsep tersebut sangat efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Bubur Ayam Pak Lik.

Kata Kunci : Promosi, *Feed Instagram*, Bubur Ayam Pak Lik

## Abstract

*The development of technology today shows tremendous progress, and nowadays many things can be done with such as communicating and doing business. The ease of technology causes the Company's expansion in market development to reach*

*new customers online. companies can utilize technology to target new consumers of Company development. One of them is Bubur Ayam Pak Lik which is a legendary chicken porridge stall since 1997 which is located in front of the Bajra Sandhi Renon monument. Bubur Ayam Pak Lik is already very well known by the people of Denpasar, but not all consumers come from young people today. So that the design of visual communication design media as a promotional strategy to attract young consumers to the existence of Pak Lik Chicken Porridge which has been legendary since 1997. This data collection uses a qualitative method by interviewing the owner of the Bubur Ayam Pak Lik stall about the problems faced in the form of young people barely knowing about Bubur Ayam Pak Lik, the owner of the Bubur Ayam Pak Lik stall wants people from all walks of life to know and old consumers remember about this legendary chicken porridge since 1997. The observation results state that promotional media in the form of Instagram feed updates and Instagram reels content are able to convey information and attract consumers of Bubur Ayam Pak Lik from among young people. An attractive Instagram feed design can influence the interest of consumers who see, such as images, typography, colors and information contained in it. In addition, the use of Instagram reels can also reach consumers from various circles. Strengthening the concept is very effective to increase consumer attractiveness to Bubur Ayam Pak Lik.*

*Keyword : Promotion, Instagram Feed, Bubur Ayam Pak Lik*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan sebuah Perusahaan di era ini persaingan di kalangan pelaku ekonomi juga semakin ketat yang mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan hal yang sangat penting dalam sebuah Perusahaan yaitu pemasaran produk yang mereka jual. Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini memberikan banyak kemudahan dan cara baru dalam pemasaran sebuah produk atau jasa. Serta memberikan kemudahan dalam komunikasi antara pemasar dan konsumen ke dalam jangkauan yang lebih luas.

Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemanfaatan teknologi digital guna menciptakan komunikasi yang terintegrasi, memiliki tujuan dan terukur guna membantu mendapatkan dan mempertahankan pelanggan sekaligus membangun keterikatan yang lebih dalam (Royle and Laing, 2014). Pemasaran digital melibatkan teknologi digital salah satunya aplikasi *Instagram*. Aplikasi tersebut dapat mendukung proses terjadinya pemasaran digital dengan mudah karena memiliki jangkauan yang luas serta mudah dan praktis saat di gunakan.

Instagram memiliki tujuan untuk membantu pengguna dalam berbagi foto kepada pengguna lainnya. Seiring berjalannya waktu, kini Instagram semakin banyak fitur-fitur yang diluncurkan, dari mulai foto, *insta story*, *reels* dan masih banyak lagi. Media sosial memberikan kebebasan kepada pengguna untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi. Salah satu fitur dari *Instagram* yang dapat di gunakan untuk berbagi informasi adalah *feed Instagram* yang merupakan tampilan kronologis dari gambar dan video yang di unggah pengguna di akun mereka. Melalui *feed Instagram* juga dapat melihat bagaimana persona dari bisnis pengguna, oleh sebab itu *feed Instagram* sangat efektif untuk menarik perhatian anak muda, karena anak muda saat

ini cenderung lebih sering untuk melihat aplikasi *Instagram*.

Bubur Ayam Pak Lik merupakan salah satu warung bubur ayam legendaris sejak tahun 1997 yang terletak di depan monument bajra sandhi. Warung ini mula nya hanya menjual Bubur Ayam dan kacang ijo dengan mobil VW Combi berwarna hijau di depan monumen Bajra Sandhi. Lalu Bubur Ayam Pak Lik berubah dalam bentuk warung dan tidak menggunakan mobil VW Combi lagi, namun tetap berlokasi di depan Monumen Bajra Sandhi Renon Denpasar.



**Gambar 1.** Mobil VW Combi Milik Pak Lik  
(sumber : Pak Lik)

Bubur Ayam Pak Lik memang sangat legendaris sehingga bisa bertahan sampai saat ini, kurang lebih selama 26 tahun. Hal ini di sebabkan oleh konsistensi rasa dan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Sehingga tidak sedikit konsumen lama tetap setia menjadi pelanggan Bubur Ayam Pak Lik hingga kini. Meskipun sudah di kenal banyak konsumen, Bubur Ayam Pak Lik memiliki beberapa masalah dalam menarik minat konsumen baru terutama anak muda era tahun 2000-an.

Pelanggan setia Bubur Ayam Pak Lik rata rata berasal dari kalangan umur 40 tahunan ke atas atau yang termuda di umur 30 tahunan, yang merupakan pelanggan lama dari Bubur Ayam Pak Lik. Tidak banyak anak muda era 2000-an yang mengetahui keberadaan bubur ayam legendaris ini.

Oleh karena itu pemilik warung bubur ayam ini ingin mengajak dan menarik minat konsumen dari kalangan anak muda untuk mencoba dan mengetahui eksistensi dari kelegendarisan Bubur Ayam Pak Lik ini.

Di perlukan media dalam bentuk promosi digital guna menarik minat konsumen anak muda dan mengingatkan konsumen lama tentang keberadaan dari Bubur Ayam Pak Lik dengan memanfaatkan dunia digital berupa sosial media *Instagram*. Hal ini di sebabkan karena media sosial dapat menciptakan hubungan interaksi antara banyak orang sesama pengguna dan menjadi saluran distribusi iklan yang baik. Anak muda saat ini cenderung lebih sering mencari informasi di sosial media seperti Instagram, sehingga penyebaran informasi akan semakin mudah. Selain itu biaya pemasaran yang lebih rendah dan efektif dibandingkan pemasaran tradisional. Serta mudahnya pengembangan merek dengan pengelolaan konten yang baik dan berkualitas seperti gambar, tipografi, warna dan informasi yang di muat di dalam nya dapat menarik minat konsumen yang melihatnya. hal ini dapat berdampak pada peningkatan nilai produk dan dapat menarik konsumen sehingga berpeluang dalam meningkatkan penjualan.

## **METODE**

Dalam proses perancangan media promosi digital Bubur Ayam Pak Lik dalam program praktik kerja lapangan atau magang di Ident Creative Agency menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode wawancara langsung yang merupakan

percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan sekaligus pihak yang memerlukan data dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong,2005:186).dari metodo ini di dapati hasil bahwa pemilik warung Bubur Ayam Pak Lik memiliki permasalahan terkait kurangnya anak muda terhadap eksistensi bubur ayam legendaris milik Pak Lik ini, dan pemilik ingin agar pelanggan lama mengingat Kembali tentang makanan legendaris yang mereka makan saat dahulu.

Selain wawancara, observasi merupakan salah satu Teknik pengumpulan data yang sangat lazim di lakukan. Teknik observasi merupakan Teknik pengumpulan data, di mana dilakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Nurdindan Hartati,2019:173). Observasi dilakukan terhadap Bubur Ayam Pak Lik untuk mengetahui *Brand Identity* mereka seperti suasana, ciri khas, warna, dan pembawaan mereka. Berdasarkan hal tersebut pengumpulan data ini berguna untuk mengetahui bagaimana strategi perancangan media promosi digital yang cocok untuk warung Bubur Ayam Pak Lik.

Selanjutnya menggunakan metode partisipasi yang bisa di artikan sebagai keterlibatan seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Dengan pengertian itu, seseorang bisa berpartisipasi bila ia menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok, melalui berbagai proses berbagi dengan orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggung jawab Bersama (Andriani, 2018). Oleh karena itu keterlibatan langsung dalam setiap rangkaian proses pembuatan media promosi digital ini sangat penting seperti melakukan brainstorming, pembuatan konten *plan*, proses pengambilan konten baik foto maupun video, proses desain *feed Instagram*, dan proses editing video *reels*, serta

bertemu langsung dengan pemilik Bubur Ayam Pak Lik untuk melakukan *briefing*.

Metode dokumentasi metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014). Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mencatat hasil dan mendokumentasikan data apa saja yang di dapat untuk memahami alur kerja yang sudah di tetapkan agar media yang di buat dapat terealisasikan dengan baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bubur Ayam Pak Lik merupakan salah satu warung legendaris sejak tahun 1997. Warung utama terletak di depan monumen Bajra Sandhi Renon. Warung Bubur Ayam Pak Lik memiliki 5 cabang yang tersebar di kota Denpasar, yaitu di Jalan Imam Bonjol no 43, Jalan Raya Sesean no 123, Jalan taman kanak – kanak Sudirman di depan pertokoan Udayana, Jalan Kepundung no 1 sebelah Gereja Santo Yosep, dan di Jalan WR. Supratman no 33. Warung Bubur Ayam Pak Lik mula nya berjualan hanya dengan menggunakan mobil VW Combi berwarna putih dan hijau, saat itu Bubur Ayam Pak Lik hanya menjual 2 menu yaitu Bubur Ayam dan kacang ijo. Awalnya warung bubur ayam ini tidak memiliki nama sama sekali, tetapi konsumen setianya memberikan nama Pak Lik, dan hingga saat ini di kenal dengan Bubur Ayam Pak Lik. Sejak memiliki warung tetap di Renon menu yang di jual bertambah menjadi Bubur ayam, Lontong sayur, Ayam goreng, Rawon, dan bubur kacang ijo. Warung bubur ayam Pak Lik ini sudah memiliki pelanggan setia sejak dahulu dan saat ini usia pelanggan lama bubur ayam Pak Lik berkisar di umur 30 sampai 50 tahun an. Oleh karena itu pemilik bubur ayam Pak Lik ingin agar pelanggan lamanya mengingat

Kembali makanan legendaris di masa mereka. Serta ingin konsumen baru dari kalangan anak muda mengetahui eksistensi bubur ayam khas Pak Lik yang sudah legendaris sejak tahun 1997.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang di lakukan di dapatkan hasil bahwa dengan mengembangkan Kembali akun Instagram milik Bubur Ayam Pak Lik dapat menarik konsumen baru dari berbagai kalangan terutama anak muda. Instagram yang di kemas dengan lebih modern. Seperti desain dan konten yang di kandung di dalam nya, selain itu elemen visual juga sangat berpengaruh untuk menarik perhatian konsumen dengan promosi digital menggunakan aplikasi *Instagram*.

Adapun proses perancangan media promosi berupa *feed Instagram* dengan memperhatikan beberapa detail seperti :

### **Konsep perancangan**

Untuk konsep perancangan feeds instagram dengan menerapkan identitas kelegendarisan dari Bubur Ayam Pak Lik sendiri. Yaitu dengan tidak menghilangkan identitas Bubur Ayam Pak Lik berupa mangkok berwarna jingga. Serta tetap memperlihatkan suasana warung Bubur Ayam Pak Lik.

Konsep perancangan pada desain feed Instagram Bubur Ayam Pak Lik ini dirancang untuk memperlihatkan nuansa warung yang nyaman dan sederhana, yang Dimana dibuat untuk menimbulkan kesan kelegendarisan Bubur Ayam Pak Lik sejak tahun 1997 ini.

### **Perencanaan konten**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tim Ident Creative Agency Bersama pemilik Bubur Ayam Pak Lik. Mereka mengambil paket kerja sama selama 3 bulan, yang Dimana paket tersebut berisi 6

konten reels dan 24 feeds Instagram yang akan di unggah setiap hari selasa dan jumat.

Dari hasil diskusi tersebut terdapat beberapa konten yang ingin disampaikan oleh pemilik yaitu :

1. Foto produk makanan
2. Foto detail makanan
3. Foto semua menu dari Bubur Ayam Pak Lik
4. Jumat berkah untuk pengemudi ojek online
5. Dan ucapan tahun baru
6. Dapur dan pelayanan

Oleh karena itu sebelum masuk pada proses pengambilan konten dan perancangan konten akan di lakukan proses perancangan konten *plan* atau suatu perencanaan pengembangan konten yang dibuat dan diterapkan agar tujuan akhir bisa didapatkan secara optimal. Konten *plan* biasanya berisi pemetaan dan penetapan jenis konten yang akan dibuat, di platform mana konten tersebut akan ditayangkan, waktu yang tepat untuk menayangkan, jenis konten, konsep konten, isi konten, deskripsi konten, referensi dan tagar. Konten *plan* inilah yang nantinya akan menjadi acuan dalam setiap pengerjaan sebuah konten.

NO	TANGGAL	JAM	PLATFORM	JENIS KONTEN	DESKRIPSI	AKUNGAN	CAPTION
1	2024-01-23	08:00	Instagram	Reels	Video produk Bubur Ayam Pak Lik	@paklik	Siapa bilang bubur ayam itu cuma untuk sarapan? Coba deh!
2	2024-01-23	12:00	Instagram	Feed	Foto detail makanan Bubur Ayam Pak Lik	@paklik	Detail Bubur Ayam Pak Lik yang bikin nagih!
3	2024-01-23	18:00	Instagram	Reels	Video suasana dapur Bubur Ayam Pak Lik	@paklik	Siapa bilang dapur itu cuma tempat masak? Coba deh!
4	2024-01-23	20:00	Instagram	Feed	Foto suasana dapur Bubur Ayam Pak Lik	@paklik	Suana dapur Bubur Ayam Pak Lik yang bikin nagih!
5	2024-01-23	08:00	Instagram	Reels	Video pelayanan Bubur Ayam Pak Lik	@paklik	Pelayanan Bubur Ayam Pak Lik yang bikin nagih!

Gambar 2. Konten Plan (sumber : Dokumentasi Pribadi)

### Proses pengambilan konten

Pengambilan konten merupakan hal yang terpenting dalam pembuatan sebuah media informasi. Dalam projek ini konten yang di perlukan berupa foto untuk bahan *feed Instagram*, dan video

untuk kebutuhan *reels Instagram*. Alat yang di perlukan dalam pengambilan konten ini adalah kameran perekam audio,dan pencahayaan. Dalam pengambilan konten tersebut dilakukan langsung di lokasi warung Bubur Ayam Pak Lik atas ijin dari pemilik.

### Proses perancangan

#### 1. Mencari referensi

Pada tahap pertama proses perancangan media Feed Instagram di lakukan proses mencari referensi yang akan di gunakan untuk menambah referensi dan ide dalam perancangan media. Hal ini dapat di lakukan dengan menggunakan aplikasi pinterest yang di dalam nya terdapat berbagai macam jenis referensi desain feed Instagram.

#### 2. Editing konten foto

Pada feed *Instagram* Bubur Ayam Pak Lik menggunakan konten background sekaligus visual utama berupa fotografi yang di ambil langsung di lokasi warung Bubur Ayam Pak Lik. Setelah tahap pengambilan konten akan di lakukan proses *editing* berupa sentuhan pada warna foto mentah atau di sebut file *RAW*. Dalam proses editing ini di sebut dengan *Color grading* yaitu proses mengubah warna baik pada media foto maupun video sehingga hasilnya lebih menarik. Menurut ( I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan ; 2018) *olor grading* adalah memproses penampilan gambar seperti kontras, warna, saturasi, detail, dan hal-hal lainnya untuk memanipulasi gambar.

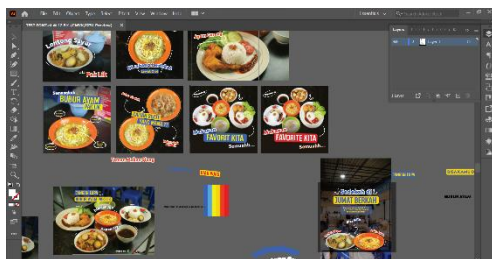
Oleh karena itu proses ini sangat penting untuk menambah unsur estetika dalam foto serta menyatukan konsep warna pada foto sesuai dengan tema yang ada.



**Gambar 3.** Editing Foto  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

### 3. Mendesain Feed Instagram

Setelah melewati proses mencari referensi dan melakukan editing foto, proses selanjutnya adalah mendesain *feed Instagram*. Dalam pengerjaan desain *feed Instagram* menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*. Perancangan *feed Instagram* Bubur Ayam Pak Lik ini menggunakan konsep simple dan hanya menggunakan tipografi tanpa tambahan aksesoris desain berukuran 1 : 1 atau berukuran 1080px x 1080px.



**Gambar 4.** Desain Feed  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

Perancangan desain feed Instagram ini di buat dengan dominasi konten berupa foto sebagai background dan elemen tipografi sebagai penegas dari informasi yang ingin di sampaikan. Adapun detail tipografi yang harus di perhatikan pada perancangan feed Instagram adalah :

#### 1. Layout

gaya layout yang di gunakan dalam perancangan *feed Instagram* Bubur Ayam Pak Lik ini adalah *Axial Layout* yang merupakan Axial layout merupakan tata letak yang memiliki tampilan visual yang kuat ditengah halaman dengan tampilan elemen pendukung. Biasanya pada gambar atau tulisan pendukung yang berhubungan dengan tampilan di tengah halaman sebagai titik pusat disetiap halamannya. Dengan visual ini feed Instagram akan menampilkan foto sebagai background dan ditambah dengan elemen tipografi sebagai penunjang lainnya.

#### 2. Font

Tipografi yang di gunakan dalam perancangan feed Instagram ini yaitu tipografi bergaya *san-serif* untuk memberikan kesan santai yaitu *Heading Now* dan *Neufreit*. Font ini juga dapat memberikan kesan klasik dengan perpaduan warna yang tepat.

**Neufreit**

**Gambar 5.** Font Neufreit  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

**HEADING NOW**

**Gambar 6.** Font Heading Now  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

#### 3. Warna

Warna yang di gunakan dalam feed Instagram Bubur Ayam Paklik dengan berpatokan pada warna logo dari Bubur Ayam Pak Lik yaitu Merah, Biru, dan Kuning dengan aksesoris warna putih. Namun Penggunaan warna biru dan kuning lebih

dominan karena memberikan kesan modern pada desain namun tetap tidak menghilangkan kesan kelegendarisan dari gaya fotografi dan warna fotografi dari feed Instagram Bubur Ayam Pak Lik.



**Gambar 7.** Palet warna  
(sumber : Pak Lik)

#### 4. Teks

Pada teks *feed Instagram* Bubur Ayam Pak Lik menggunakan teks berupa *Headline* atau Judul, dan *Subheadline* atau sub judul. Pada teks *Headline* menyampaikan pesan yang paling di tonjolkan dan di harapkan dapat di baca oleh pembaca pertama kali. Penggunaan ukuran font paling besar merupakan ciri khas dari *Headline*. Letak headline tidak ada batasan, dapat di atas, di tengah, atau disamping.

Dan untuk *subheadline* merupakan kalimat penjelas dari *headline*, berisi pesan singkat namun dapat memberikan kejelasan *headline*. Serta Peletakan teks pada feed Instagram di sesuaikan dengan komposisi dari konten foto yang ada.



**Gambar 8.** Teks  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

#### 5. Finishing

Pada tahap ini desain yang sudah di buat masuk ke dalam proses *finishing* yaitu memberikan sentuhan terakhir berupa elemen – elemen pemanis dalam desain feed Instagram berupa *outline* untuk menambah nilai estetika pada desain.



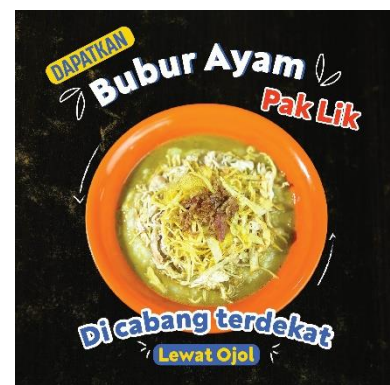
**Gambar 9.** Finishing  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

#### 6. Approval

Setelah semua proses perangan selesai, selanjutnya akan dilaksanakan proses *approval* kepada Klien atau pemilik Bubur Ayam Pak Lik sebelum desain feed Instagram siap di unggah ke media sosial *Instagram*.

#### Hasil Akhir

Setelah melakukan proses perancangan, adapun hasil akhir dari perancangan feed Instagram Bubur Ayam Pak Lik adalah sebagai berikut :



**Gambar 9.** Feed 1  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 10.** Feed 2  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 13.** Feed 5  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 11.** Feed 3  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 14** Feed 6  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 12.** Feed 4  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 15.** Feed 7  
(sumber : Dokumentasi Pribadi)

Diatas adalah Hasil dari desain feed Instagram yang sudah melewati tahap *approval*. Beberapa desain konten berisi tentang produk makanan dari Bubur Ayam Pak Lik untuk memberikan informasi tentang produk yang di jual

kepada konsumen serta sekaligus memberi tahu visual dari produk makanan yang di jual. Konten jenis ini juga bertujuan sebagai media promosi digital.

Dan untuk saat ini hanya 8 konten feed Instagram yang sudah di rancang untuk bulan November. Secara visual dalam sangat masuk dalam konsep dari Bubur Ayam Pak Lik yang ingin memperlihatkan ciri khas dan kelegendarisan dari warung bubur ayam ini. Desain ini juga sudah mempresentasikan suasana nyaman, simple dan juga hangat dari warung Bubur Ayam Pak Lik.

## KESIMPULAN

Perancangan feed Instagram Bubur Ayam Pak Lik bertujuan sebagai media promosi digital untuk menarik konsumen secara online, selain itu hal ini juga bertujuan untuk menarik minat konsumen dari kalangan anak muda. serta membangun Kembali ingatan konsumen lama terhadap eksistensi Bubur Ayam Pak Lik yang sudah melegendaris sejak tahun 1997.

Oleh karena itu, perancangan media desain komunikasi visual menjadi strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan eksistensi dan menarik minat konsumen muda terhadap warung tersebut. Melalui metode kualitatif dengan wawancara kepada pemilik warung, diketahui bahwa sebagian anak muda tidak mengetahui keberadaan Bubur Ayam Pak Lik. Dengan menggunakan media promosi berupa pembaruan feed Instagram dan konten reels Instagram, warung ini berhasil menyampaikan informasi dengan efektif dan menarik minat konsumen anak muda. Desain feed Instagram yang menarik, melibatkan elemen-elemen seperti gambar, tipografi, warna, dan informasi yang disajikan, memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat konsumen. Pemanfaatan reels Instagram juga membantu menjangkau konsumen dari berbagai kalangan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penguatan konsep media promosi melalui platform Instagram, seperti pembaruan feed dan penggunaan reels, efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen, khususnya anak muda, terhadap Bubur Ayam Pak Lik. Dengan pendekatan ini, warung tersebut mampu memperluas pasar dan mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Danusantoso. 2023. Feed Instagram Adalah Tempat Show Off Ciri Bisnis Anda yang Keren Itu. Diakses pada 12 Desember 2023 melalui <https://kiriminja.com/blog/feed-instagram>
- Haq, S., & Patria, A. (2022). PERANCANGAN TEMPLATE FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ ULALA (UNESA LEARNING LABORATORY) SURABAYA. *BARIK : Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 30-45
- Rizeki, Dini N, 2023. Apa itu content plan dan bagaimana cara membuatnya ?. Diakses pada 11 Desember 2023 melalui <https://majoo.id/solusi/detail/content-plan>
- Regita, Roseilda, Imam Budi Sumarna dan Yola Pradilla. (2022) Perancangan ulang desain feed Instagram pada klinik pratama sahabat ibu dan anak sebagai media informasi. *Kreatif : Jurnnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(2)
- Sujana, Putu, Cokorda Alit Artawan dan Ni Ketut Pande Sarjani. (2023). Perancangan Katalog Program Latihan di Fitness Plus Indonesia di Bali. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2) 233-244

Surya Wijaya Putra, I Kadek, I Putu Arya Janottama dan Gede Bayu Segara Putra. (2023). Perancangan media pembelajaran interaktif untuk siswa jurusan Desain Komunikasi Visual di SMK TI Bali Global. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*,4(2) 204-210