

PERANCANGAN INSTAGRAM FEED DAN STORY SEBAGAI MEDIA PROMOSI NUSA MEDICA CLINIC DI BADROOM STUDIO

Putu Radya Devananda¹, Arya Pageh Wibawa², I Kadek Jayendra Dwi Putra³

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

E-mail: radyad87@gmail.com

Abstrak

Di era perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat ini, media sosial menjadi tempat promosi digital dengan jangkauan pasar yang luas dan sasaran yang lebih spesifik. Perusahaan dapat dengan mudah membangun interaksi atau keterlibatan pelanggan. Akibatnya, semakin banyak perusahaan mempromosikan produk atau jasa mereka pada media sosial. Hal ini lah yang menjadi landasan Nusa Medica Studio untuk membangun kesadaran *brand* pada khalayak sasaran dunia digital, melalui media promosi dalam bentuk Instagram Feed dan Story. Dengan kerja sama yang sudah pernah dibangun dengan Nusa Medica Clinic, Badroom Studio hadir kembali sebagai tempat yang mewujudkan kebutuhan desain mereka. Selama program magang/praktik kerja MBKM di Badroom Studio, penulis tergabung dalam tim desainer grafis yang bertugas untuk merancang proyek ini. Kemudian dilakukan berbagai macam teknik pengumpulan data untuk perancangan, seperti observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil analisa dari data yang terkumpulkan adalah perlunya perancangan Instagram Feed dan Story menggunakan ilustrasi fotografi dan gaya yang konsisten dengan identitas visual Nusa Medica Clinic. Perancangan kemudian dilakukan dengan beberapa langkah, yakni memahami *brief* konten, riset dan *brainstorming* ide, proses produksi menggunakan perangkat lunak khusus desain grafis, membuat *tight tissue*, pengaplikasian *mock up*, revisi dan finalisasi. Proses perancangan secara keseluruhan menghasilkan beberapa media Instagram Feed dan Story yang telah diunggah pihak Nusa Medica Clinic. Hasil ini diharapkan dapat membantu Nusa Medica Clinic untuk menjangkau sasaran yang diinginkan dan mengembangkan kesadaran *brand* pada khalayak umum.

Kata Kunci: Media Promosi, Instagram, Identitas Visual, Nusa Medica Clinic

Abstract

In this era of rapid development of communication and information technology, social media has become a digital promotional platform with a broad market reach and more specific targets. Companies can easily build customer interaction or engagement. It is not surprising that more and more companies are promoting their products or services on social media. This is the foundation for Nusa Medica Studio to build brand awareness among the target audience in the digital world, through promotional media in the form of Instagram Feeds and Stories. With a previous collaboration with Nusa Medica Clinic, Badroom Studio is back as a place to fulfill their design needs. During the MBKM internship/work practice program at Badroom Studio, the author joined the graphic designer team tasked with designing this project. Then, various ways of data collection for the design was carried out, such as observation, literature study, and documentation. The analysis of the collected data indicated the need to design Instagram Feeds and Stories using photographic illustrations and a style consistent with Nusa Medica Clinic's visual identity. The design was then carried out in several steps, namely understanding the content brief, research and brainstorming ideas, the production process using specialized graphic design software, creating tight tissues, applying mock-ups, revisions, and finalization. The overall design process resulted in several Instagram Feed and Story posts that have been uploaded by Nusa Medica Clinic. These results are expected to help Nusa Medica Clinic reach its intended target audience and increasing brand awareness among the general public.

Keywords: Promotional Media, Instagram, Visual Identity, Nusa Medica Clinic

PENDAHULUAN

Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Dengan adanya teknologi digital, desain komunikasi visual memiliki peran penting dalam mempengaruhi persepsi khalayak sasaran akan suatu hal, baik terkait bidang komersil maupun bidang sosial. Kekuatan inilah yang dipergunakan banyak perusahaan sebagai sarana penyampaian pesan kepada khalayak sasaran. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial di era digital ini, kebutuhan konten-konten yang menarik dan informatif menjadi semakin vital bagi berbagai perusahaan sebagai media promosi. Tujuan dari sarana promosi adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan dapat dikenal di masyarakat luas, yang dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Sekarang perusahaan tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan layanan, tetapi bagaimana penyampaian pesan atau informasi bisa ditangkap khalayak sasaran pada platform digital. Media sosial merupakan tempat promosi platform digital yang dapat mencapai pasar dengan jangkauan yang luas dan *targeting* yang lebih spesifik. Maka perusahaan dapat dengan mudah membangun interaksi atau keterlibatan pelanggan. Tidak heran jika semakin banyak perusahaan mempromosikan produk atau jasa mereka pada media sosial. Salah satu media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram. Instagram menyajikan konten dalam bentuk gambar, foto, atau video. Media-media tersebut dapat diatur dalam halaman Feed pengguna sehingga terlihat teratur dan menarik. Penggunaan Feed memudahkan penerima informasi untuk memahami isi akun tersebut. Tercatat oleh IPSOS Group pada tahun 2020 bahwa 1 miliar orang di dunia menggunakan Instagram, dan bisnis merupakan bagian fundamental dari kehidupan digital mereka. Dari angka tersebut, sekitar 76% memiliki keinginan untuk membeli produk atau jasa yang dipasarkan melalui Instagram. Tantangannya adalah bagaimana cara perusahaan terlihat mencolok di persaingan pasar yang sangat kompetitif. Konten yang ditampilkan harus sesuai dengan identitas visual mereka. Identitas yang dimiliki harus kuat untuk menciptakan pengalaman emosional bagi konsumen, sehingga berujung pada loyalitas merek yang lebih tinggi. (Gobe, 2010).

Dengan meningkatnya kebutuhan terhadap konten media sosial sebagai sarana promosi, industri kreatif menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dalam pertumbuhannya. Industri kreatif berperan untuk berinovasi, menciptakan nilai tambah, dan membangun identitas visual yang kuat bagi berbagai perusahaan.

Studio desain merupakan salah satu tempat dimana konten media sosial dapat dikembangkan untuk kebutuhan promosi suatu perusahaan. Studio desain dapat memberikan konsistensi terhadap identitas visual suatu perusahaan, sehingga dapat membangun kesadaran *brand* di platform digital untuk kebutuhan promosi. Identitas visual yang kuat juga diperlukan untuk studio desain itu sendiri. Hal-hal seperti logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai studio. Dengan ini, studio desain dapat menunjukkan karakter, sehingga lebih mudah dijangkau perusahaan-perusahaan yang memiliki visi sama.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin menambah wawasan dan pengalaman dalam industri kreatif, khususnya di dalam lingkungan studio desain. Tujuannya untuk mengembangkan karier di bidang media pemasaran digital yang menggunakan gaya desain minimalis. Gaya minimalis merupakan hal yang diminati sejak awal mempelajari ilmu desain komunikasi visual. Badroom Studio dipilih sebagai mitra magang/praktik kerja karena ingin mendapatkan pembelajaran dan pengalaman lebih banyak tentang bagaimana cara mengaplikasikan gaya desain minimalis pada suatu media sesuai keinginan berbagai klien yang berbeda-beda. Badroom Studio, yang merupakan salah satu mitra MBKM Institut Seni Indonesia Bali, adalah sebuah perusahaan *creative agency* yang bergerak di bidang *branding design*. Studio ini telah terbentuk sejak tahun 2013 dengan penawaran jasa perancangan identitas visual dan media pemasaran digital. Badroom Studio mengutamakan gaya desain minimalis yang fungsional terhadap suatu media komunikasi visual. Kekuatan studio ini terletak pada pengaplikasian gaya minimalis yang efektif pada berbagai media yang telah dikerjakan. Sebagian dari kekuatan itu ditunjukkan dalam proyek *rebranding* dan perancangan media untuk klien yang ingin memperbaiki media sosial mereka.

Selama magang di Badroom Studio, wawasan yang dicari adalah informasi mendalam perusahaan, meliputi sejarah pendirian, struktur organisasi, sarana prasana, serta pengalaman kerja/proyek yang pernah diselesaikan. Selain informasi dimaksud, hal terpenting yang perlu dideskripsikan secara mendalam adalah keunggulan perusahaan baik terkait penggunaan teknologi, ilmu pengetahuan, teknik terapan, maupun strategi perusahaan. Informasi-informasi tersebut memiliki manfaat yang signifikan, yaitu menambah wawasan terkait bagaimana studio desain mengatur sumber daya yang dimiliki dengan proyek yang diterima, memahami pentingnya koordinasi antar pekerja, serta melihat secara langsung bagaimana keputusan strategis diambil di dalam sebuah studio

desain. Manfaat tersebut diperlukan sebagai bekal pengetahuan dan pengalaman saat memasuki dunia kerja dan pengembangan karier di masa depan. Dalam masa magang di Badroom Studio, ada beberapa tugas yang diberikan. Tugas-tugas ini merupakan proyek nyata yang datang dari berbagai klien Badroom Studio. Penulis dipercaya untuk memegang beberapa proyek dari berbagai klien, termasuk Nusa Medica Clinic. Nusa Medica Clinic merupakan adalah perusahaan perawatan kesehatan yang berkantor pusat di Bali, merupakan salah satu penyedia layanan kesehatan internasional terbaik di Indonesia, dan telah memperoleh sertifikat resmi dari Departemen Kesehatan. Nusa Medica telah membuka cabang klinik di Pecatu, Canggu, Ubud, Nusa Penida, Gili Air, Gili Trawangan, dan juga Banyuwangi. Mereka juga menawarkan jasa seperti pelayanan gawat darurat, ambulans, farmasi, evakuasi, petugas medis untuk kebutuhan acara, kunjungan dokter, pemulangan jenazah, vaksinasi, dan juga pelatihan P3K.

Nusa Medica Clinic memerlukan desain konten yang sesuai dengan karakter perusahaan sebagai media promosi. Nusa Medica Clinic sendiri sebelumnya telah memiliki susunan Feed yang berkarakter khas perusahaan, menggabungkan warna biru, merah, dan putih. Konsistensi sangat diperlukan dalam perancangan konten-konten media sosial baru ke depannya, sehingga perusahaan tetap menunjukkan ciri mereka di mata publik. Unsur-unsur visual yang digunakan pada desain tersebut, akan digunakan kembali pada media selanjutnya. Pemakaian unsur visual yang sama, akan membantu perusahaan menciptakan dan mengembangkan citra mereka di media sosial. Unsur visual yang diinginkan Nusa Medica Clinic yaitu berdasar pada gaya minimalis dan menggunakan kombinasi warna biru, merah, dan putih. Kemudian, konten ini akan diunggah pada akun Instagram Nusa Medica Clinic, dalam bentuk Feed dan juga Story. Tujuannya untuk mengutamakan isi pesan yang ingin disampaikan dan tetap memperhatikan hirarki desain, agar terlihat elegan dan bercirikan Nusa Medica Clinic. Badroom Studio hadir sebagai tempat yang sesuai dengan keinginan Nusa Medica Clinic. Maka dari itu, jasa Badroom Studio diperlukan untuk merancang media komunikasi visual minimalis sebagai sarana promosi pada media sosial Nusa Medica Clinic.

METODE

Pada proyek perancangan Instagram Feed dan Story untuk Nusa Medica Clinic, proses dimulai dari negosiasi yang dilakukan oleh klien dengan *founder*. Klien dan *founder* akan membicarakan tentang biaya dan *brief* desain yang akan dikerjakan. Jika

kesepakatan tercapai, selanjutnya *brief* akan diberikan kepada desainer yang bertugas untuk membuat rancangan tersebut. *Founder* akan membahas inti dari pekerjaan yang akan dilakukan bersama penulis untuk menelaraskan visi. Kemudian, desainer melakukan *brainstorming* ide untuk merancang media yang akan diunggah. Ide tersebut kemudian direalisasikan pada proses produksi. Selanjutnya, konsep desain yang telah disepakati dilanjutkan ke tahap produksi konten. Desain dibuat dengan memperhatikan prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual agar pesan yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif dan efektif. Selama proses produksi, *founder* akan melakukan pengecekan rutin terhadap hasil kerja. *Founder* akan mengirim draf desain kepada klien untuk tahap *review*. Dalam proses ini, desain dievaluasi dari segi kesesuaian dengan *brief*, estetika visual, serta efektivitas pesan. Jika ditemukan bagian yang kurang sesuai, maka dilakukan proses revisi berdasarkan arahan pihak studio. Setelah revisi selesai dan disetujui oleh klien, proyek dinyatakan selesai dan jasa Badroom Studio dibayar sesuai kesepakatan di awal. Konten yang telah disetujui kemudian difinalisasi dan disiapkan untuk pengunggahan di akun media sosial Instagram. Pengunggahan dilakukan dengan mempertimbangkan waktu yang tepat untuk mencapai jangkauan audiens maksimal.

Dalam proses pengumpulan data, penulis menerapkan metode pengumpulan data secara kualitatif. Sugiyono menyatakan bahwa metode pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk memahami fenomena sosial secara holistik dan deskriptif. Teknik yang digunakan antara lain observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Peneliti menjadi instrumen utama dalam menggali informasi dari narasumber.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi melibatkan dua komponen yaitu si pelaku observasi yang lebih dikenal sebagai observer dan objek yang diobservasi yang dikenal sebagai observee. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati objek atau fenomena yang sedang berlangsung sehingga peneliti dapat memperoleh data aktual, sesuai dengan fakta di lapangan, dan juga akurat. Pada tahap observasi, penulis melakukan pengamatan pada akun Instagram Nusa Medica Clinic dan berbagai konten media sosial pada akun-akun lain yang juga mengunggah konten serupa.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi melalui berbagai literatur, baik berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan masalah penelitian. Studi kepustakaan juga merupakan penelusuran dengan memperoleh informasi penelitian sejenis, memperdalam kajian teoritis ataupun mempertajam metodologi. Dalam perancangan Instagram Feed dan Story Nusa Medica Clinic, sangat penting memahami unsur-unsur desain dan elemen pendukung lainnya, sehingga diperlukan studi kepustakaan terkait topik-topik tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, seperti arsip, catatan harian, foto, gambar, dan karya seni. Metode dokumentasi adalah pengambilan sumber penelitian atau objek dari dokumen atau catatan dari peristiwa yang sudah berlalu. Penulis melakukan dokumentasi untuk mendampingi data gambaran mitra. Dokumentasi juga digunakan untuk mengambil referensi rancangan yang dikerjakan berdasarkan desain-desain yang telah dikerjakan Badroom Studio serta pada media sosial perusahaan lain.

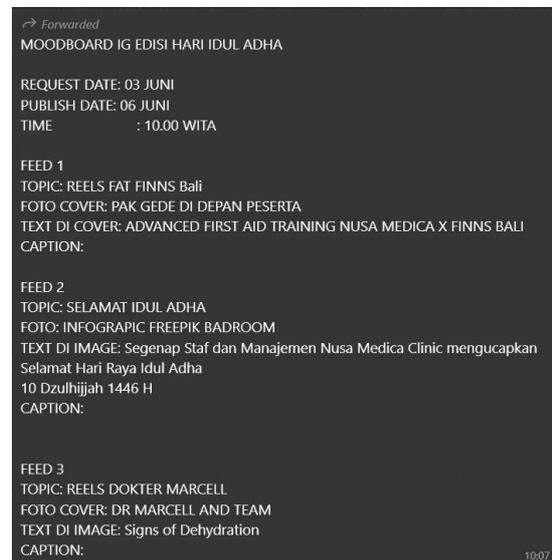
HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun beberapa proses yang dilalui saat melakukan perancangan Instagram Feed dan Story sebagai media promosi pada media sosial Nusa Medica Clinic, di antaranya:

1. Briefing

Perancangan Instagram Feed dan Story sebagai media promosi pada media sosial Nusa Medica Clinic merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh klien untuk meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat memberikan informasi dan penawaran untuk menggunakan layanan mereka. Beberapa Instagram Feed dan Story yang dibuat untuk Nusa Medica Clinic adalah untuk ucapan memperingati hari raya atau hari penting, seperti Hari Raya Nyepi, Idul Fitri, Hari Kartini, Hari Raya Galungan dan Kuningan, Hari Lupus Sedunia, Hari Tanpa Rokok Sedunia, Hari Kenaikan Yesus Kristus, Hari Kelahiran Pancasila, dan Idul Adha. Kemudian, ada juga konten dokumentasi layanan yang telah diberikan sebelumnya, sebagai sarana promosi Nusa Medica Clinic, seperti *Medical Check Up*, *First Aid Training*, dan *Advanced First Aid Training*. Konten pengenalan layanan seperti *Cek Tensi*, *Doctor Visit*, *Cek STD*, *24 Hours Doctor Consultation*, *Emergency Medical*

Services, dan *In House Clinic*. Serta konten edukasi medis.



Gambar 1. Contoh *Brief Marketing* Nusa Medica Clinic (Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

Dalam *brief*, klien ingin selalu menggunakan ilustrasi fotografi sehingga terlihat nyata bagi target audiensnya, sehingga diperlukan kemampuan memanipulasi foto pada beberapa aset yang digunakan. Selain itu, klien menginginkan komposisi sederhana yang terfokus, baik dari segi tipografi, warna, ilustrasi, dan gabungannya.

2. Riset dan *Brainstorming*

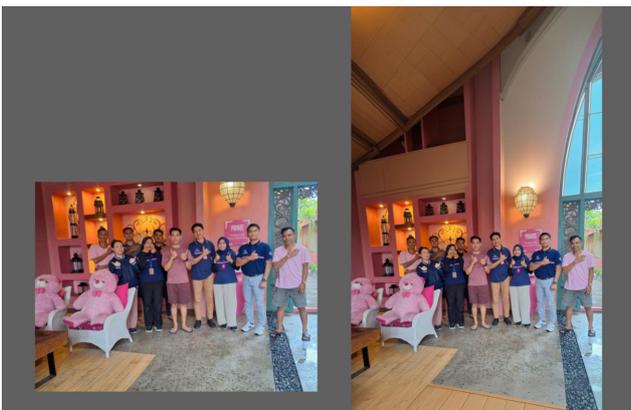
Pada tahap awal, penulis melakukan riset terkait media serupa dan tentang Nusa Medica Clinic, serta mengobservasi tren desain yang sesuai dengan Nusa Medica Clinic. *Brainstorming* digunakan untuk mengumpulkan ide secara efisien dan spontan, dalam proses ini semua ide dikumpulkan dan diterima tanpa adanya penilaian atau kritik. *Brainstorming* bertujuan untuk mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya sebagai pemantik kreativitas. Penulis menggunakan teknik *moodboard* untuk mempermudah dalam mengumpulkan ide terkait perancangan. *Moodboard* merupakan kumpulan media-media sesuai gaya desain yang akan diaplikasikan pada Instagram Feed dan Story. *Moodboard* menjadi acuan dalam proses perancangan dan pengembangan sebuah desain. Dalam hal ini penulis memanfaatkan platform Pinterest untuk mengumpulkan media yang bisa dijadikan acuan pada tahap produksi.



Gambar 2. Moodboard Perancangan Instagram Feed dan Story (Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

3. Penggunaan Artificial Intelligence (AI)

Dengan berkembangnya teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI), desainer harus belajar memahami pengaplikasiannya pada konteks desain grafis. Sama halnya di Badroom Studio, founder menekankan bahwa penggunaan teknologi AI harus dimanfaatkan untuk memotong waktu produksi dan mempermudah desainer. Namun, tentu tidak semua bidang desain grafis dibuat menggunakan AI, sehingga hasil desain tidak kehilangan sentuhan manusia dan terlihat murah. Pemahaman teknologi AI yang ditekankan oleh founder Badroom Studio hanya mencakup pemahaman tentang penggunaannya dalam manipulasi foto, bagaimana cara mengubah latar belakang foto, memperluas foto yang terpotong, dan menghapus obyek yang tidak penting. Membantu pengerjaan desain media promosi Nusa Medica Clinic yang mengutamakan penggunaan ilustrasi fotografi.



Gambar 3. Manipulasi foto menggunakan *Artificial Intelligence* (Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

Teknik penggunaan AI bergantung kepada keterampilan desainer mengisi *prompt* untuk memanipulasi foto. Adapun situs yang digunakan untuk memanipulasi foto dengan AI oleh Badroom Studio, selain pada perangkat Adobe Photoshop, adalah Freepik. Keterampilan ini memerlukan insting desainer terhadap keperluan foto yang akan dimanipulasi, baik terkait penghapusan obyek atau penambahan obyek dengan merubah ukurannya.

4. Tight Tissue

Setelah tahap *brainstorming* selesai, semua elemen visual diatur dalam tata letak yang sudah ditentukan. Bagian ini akan membentuk sebagai gambaran hasil akhir, yaitu *tight tissue*. *Tight tissue* tidak jauh berbeda dari hasil akhir, dan hanya merupakan visualisasi awal sebelum memasuki tahap finalisasi.



Gambar 4. *Tight Tissue* Instagram Feed (Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

Dalam *tight tissue* perancangan konten untuk media promosi Nusa Medica Clinic menghasilkan 3 buah jenis desain Instagram Feed dan Story. Adapun analisis visual dari hasil konten tersebut di antaranya:

- Penggunaan tata letak *hierarchical centralized grid* yang menjadikan konten terlihat seimbang baik di sisi kiri dan kanan, serta memiliki visual yang sederhana dan mudah dipahami oleh khalayak.
- Penggunaan *typeface* berjenis sans serif, yaitu Poppins untuk *headline* dan *sub-headline* dengan jenis *font* yang berbeda-beda untuk membuat tampilan terlihat minimalis serta memiliki keterbacaan yang tinggi. Selain itu terdapat penggunaan *typeface* yang berbeda, khusus untuk konten dengan ucapan hari raya, bertujuan untuk mewakili identitas dari kebudayaannya.
- Penggunaan warna – warna yang didominasi oleh warna biru dan merah, tidak hanya menjadikan konten terlihat lebih mencolok yang memungkinkan konten dapat lebih mudah dikenali oleh audiens, tetapi juga konsisten dengan citra perusahaan secara umum.

5. Revisi

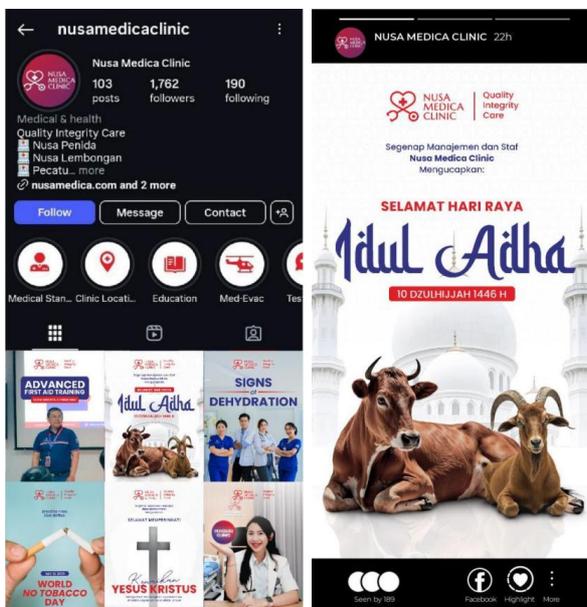
Tahap revisi dilakukan setelah proses pengerjaan selesai dilakukan. Revisi bertujuan untuk meninjau kekurangan dari Instagram Feed dan Story Nusa Medica Clinic yang telah dikerjakan oleh desainer. Revisi biasanya dilakukan oleh *founder* Badroom Studio atau pihak marketing Nusa Medica Clinic.



Gambar 4. Contoh Revisi Instagram Story
(Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

6. Pengaplikasian *Mock Up*

Tahap terakhir adalah pengaplikasian desain pada *mock up* sehingga klien dan desainer dapat memprediksi kekurangan dan melihat potongan yang akan tampil saat setelah diunggah. Sehingga, memberi waktu dan gambaran kepada desainer untuk direvisi.



Gambar 5. *Mock Up* Instagram Feed dan Story
(Sumber: Dokumentasi Radya, 2025)

KESIMPULAN

Selama kegiatan MBKM magang/praktik kerja di Badroom Studio, penulis mendapat proyek utama yaitu merancang media promosi untuk Nusa Medica Clinic, suatu klinik kesehatan berpusat di Bali. Perancangan ini dimulai dari perencanaan mengenai konsep *brief* yang telah diajukan oleh klien, lalu dilanjutkan pada tahap pembagian tugas antara *founder*, *junior graphic designer*, dan *graphic design intern*. Pengerjaan secara digital dilakukan menggunakan perangkat lunak khusus desain, yaitu Adobe Photoshop dan Illustrator. Tidak hanya itu, Badroom Studio mampu beradaptasi dengan realita tren dunia desain, yaitu penggunaan *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi ini digunakan untuk mempercepat dan mempermudah suatu pekerjaan, dengan menghindari penggunaannya pada karya secara total.

Instagram Feed dan Story dirancang dengan tujuan untuk menyampaikan suatu promosi yang juga merepresentasikan Nusa Medica Clinic sebagai sebuah klinik yang memiliki kesan bersih dan dapat diandalkan. Konsistensi sangat diperlukan dalam perancangan konten-konten media sosial baru ke depannya, sehingga perusahaan tetap menunjukkan ciri mereka di mata publik. Unsur-unsur visual yang digunakan pada desain tersebut, akan digunakan kembali pada media selanjutnya. Pemakaian unsur visual yang sama, akan membantu perusahaan menciptakan dan mengembangkan citra mereka di media sosial. Unsur visual yang diinginkan Nusa Medica Clinic yaitu berdasar pada gaya minimalis dan menggunakan kombinasi warna biru, merah, dan putih. Setelah melewati tahap *review*, pengerjaan revisi dilakukan sesuai catatan yang diberikan *founder* atau klien. Hasil akhir desain akan diterima oleh pihak Nusa Medica Clinic dan diunggah pada akun Instagram. Diharapkan, artikel ini bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya pada objek yang masih dalam lingkup yang sama yaitu penciptaan Instagram Feed dan Story, serta dapat menjadi referensi terkait tulisan lainnya di lingkungan akademis.

Daftar Rujukan

Adha, S. I. (2025). *Perancangan Desain Komunikasi Visual Untuk Sinssihwaro Indonesia*. Repositori Institut Seni Indonesia Bali. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/5681>

Diatmika, P. W. (2024). *Perancangan Media Promosi Drive Me Bali Di Janji Design Lab*. Laporan Magang, Institut Seni Indonesia Bali.

Gobé, M. (2010). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. New York: Allworth Press.

Gusti Ayu Nyoman Santhi Kumari Pusya Dewi. (2022). *Desain Konten Sosial Media Sebagai Brand Awareness Usaha Jealous Beauty Solution Di Badroom Studio*. Skripsi, Institut Seni Indonesia Bali.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.