

PERANCANGAN SOCIAL MEDIA GUIDELINES MELALUI KONTEN INSTAGRAM BUSINESS LEARNING CENTER INCUBATOR

Febri Wahyudi¹, Muhamad Ro'is Abidin²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: febri.19023@mhs.unesa.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi terhadap penggunaan media sosial Instagram memberikan dampak positif bagi pelaku usaha, namun belum semua pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan Instagram dalam mempromosikan produknya. Inkubator bisnis hadir sebagai, solusi bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis, Inkubator bisnis adalah program yang bertujuan mendukung usaha baru dalam fase awal pengembangan usaha. BLC Incubator merupakan inkubator bisnis salah satu mitra inkubasi yang beroperasi di daerah Tulungagung, namun BLC Incubator memiliki keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola akun media sosial Instagram, sehingga perlu adanya perancangan *social media guideline* yang dapat menjadi panduan dalam merancang desain konten Instagram BLC Incubator. Tujuan perancangan ini adalah menyusun konsep, mendeskripsikan proses, dan menghasilkan produk perancangan berupa *social media guideline* yang menjadi panduan dalam merancang desain konten Instagram BLC Incubator, *social media guideline* ini berisikan panduan penggunaan aset grafis yang dibutuhkan dalam merancang desain konten Instagram BLC Incubator, Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan pendekatan metode perancangan *design thinking* oleh Gavin Ambrose dan Paul Harris. Tahapan perancangan visual melibatkan perancangan desain, validasi kelayakan media dan materi, serta uji coba. Hasil uji coba dan validasi oleh para ahli menunjukkan bahwa *social media guideline* ini layak dengan nilai rata rata 100%.

Kata kunci: Social Media Guideline, Instagram, Inkubator Bisnis, BLC Incubator.

Abstract

The development of technology in the use of the Instagram social media platform has had a positive impact on businesses. However, not all business owners are capable of optimizing Instagram to promote their products. Business incubators present a solution for entrepreneurs in developing their businesses. A business incubator is a program aimed at supporting new ventures in the early stages of business development. BLC Incubator is a business incubator and a partner operating in the Tulungagung area. However, BLC Incubator faces limitations in human resources for managing its Instagram social media account. Therefore, there is a need for the design of a social media guideline that can serve as a reference in designing Instagram content for BLC Incubator. The purpose of this design is to formulate a concept, describe the process, and produce a design product in the form of a social media guideline. This guideline serves as a reference for designing Instagram content for BLC Incubator. The social media guideline includes guidance on the use of graphic assets needed in designing Instagram content for BLC Incubator. The research method employed is qualitative descriptive research with the design thinking approach by Gavin Ambrose and Paul Harris. The visual design stages involve designing the content, validating the feasibility of media and material, and conducting trials. The trial results and validation by experts indicate that this social media guideline is feasible, with an average score of 100%.

Keywords: Social Media Guideline, Instagram, Business Incubator, BLC Incubator.

PENDAHULUAN

Menurut hasil survei We Are Social tahun 2022, dari jumlah penduduk Indonesia mencapai 277,7 juta orang, 84,8% nya merupakan pengguna Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sabrina (2021), Instagram menjadi platform media sosial yang cocok untuk keperluan promosi. Dari data 85 juta pengguna Instagram di Indonesia, terbukti bahwa dengan penggunaan Instagram sebagai sarana pemasaran yang terkelola dengan baik, pendapatan dapat meningkat sekitar 11% hingga 30%. Meskipun begitu, dibalik kontribusi UMKM yang cukup baik terhadap perekonomian nasional, ternyata sektor ini masih menyimpan segudang permasalahan yang mendasar, terutama bagi pelaku UMKM di daerah. Pertama, masih 13% dari jumlah UMKM, yang sudah terkoneksi teknologi digital dalam pemasaran dan akses pasar. kedua, tercatat sekitar 74% UMKM belum mendapatkan akses pembiayaan atau modal usaha.

Dengan adanya permasalahan tersebut, inkubator bisnis memiliki peran penting bagi perkembangan sebuah usaha. Program inkubasi merupakan bentuk pendampingan bagi calon pengusaha yang memiliki potensi, yang berlangsung di suatu lingkungan kerja yang diawasi oleh sebuah lembaga yang dikenal sebagai inkubator bisnis. Salah satu inkubator bisnis yang ada di Indonesia adalah Sigerhub, inkubator bisnis yang ada di Lampung. Sigerhub menerapkan komunikasi pemasaran digital melalui *platform* media sosial dan situs web untuk menyediakan informasi tentang program Inkubator Bisnis.

Selain SigerHub, Business Learning Center Incubator (BLC Incubator) adalah salah satu inkubator bisnis yang beroperasi di daerah, yang bertempat di Kabupaten Tulungagung. BLC Incubator merupakan inkubator bisnis yang berpedoman pelaksanaan penyelenggaraan inkubasi berdasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan UMKM (Bab VII Pasal 132-138). Sebagai upaya memberikan informasi mengenai program

Inkubator Bisnis, BLC Incubator memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan jasanya. Namun sayangnya, dalam penerapannya penggunaan Instagram pada BLC Incubator masih belum optimal dan signifikan sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi mengenai adanya program layanan publik dari pemerintah yang dapat diikuti oleh masyarakat umum.

Menyadari akan pentingnya penggunaan Instagram dalam memperkenalkan program inkubasi bisnis kepada masyarakat terutama pada pelaku usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang *Social Media Guidelines* melalui konten Instagram Business Learning Center Incubator di Tulungagung berdasarkan prinsip desain, sehingga desain yang rapi dan komunikatif dapat tercipta.

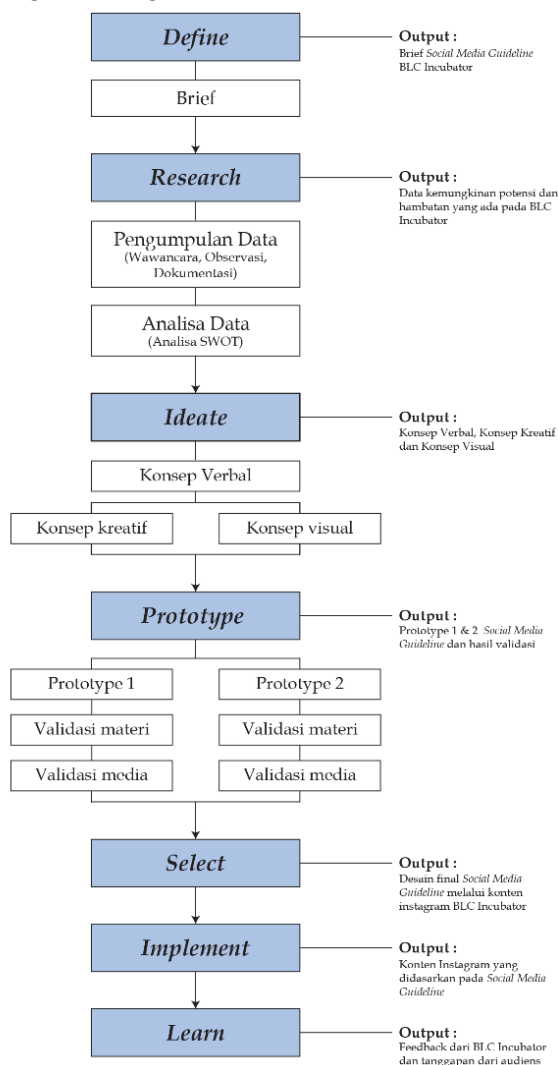
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian pengembangan yang bertujuan untuk merancang *social media guidelines* melalui konten Instagram perusahaan penyedia jasa. Penelitian ini akan berfokus pada inkubator bisnis di Tulungagung yaitu BLC Incubator sebagai subjek penelitian menggunakan metode *Design Thinking*. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket yang kemudian akan dilakukan penilaian dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT yang kemudian diolah ke dalam Matriks SWOT. Analisis SWOT bertujuan untuk menentukan strategi dan arah BLC Incubator kedepannya serta melakukan perencanaan strategis sebelum menjalankan kegiatan inkubasi.

Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* 7 langkah (*define, research, ideate, prototype, select, implement, learn*) yang dikembangkan oleh Gavin Ambrose dan Paul Harris. *Design Thinking* merupakan pendekatan yang menggabungkan berbagai elemen dalam menghasilkan ide-ide yang dibutuhkan untuk menciptakan desain solusi yang efektif dan layak

untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Proses ini bekerja untuk menciptakan beragam opsi solusi dan memanfaatkan berbagai teknik atau metode yang mendorong peserta untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam usaha mencari solusi yang di luar konvensional (Ambrose & Harris, 2010).

Dapat dilihat pada Bagan 1, adalah diagram skematik dari perancangan menggunakan metode *design thinking*



Bagan 1. Perancangan Metode Design Thinking

KERANGKA TEORETIK

Instagram Sebagai Platform Promosi Digital

Menurut Darmayantie (2018) Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi suatu produk atau jasa. Selanjutnya, Atmoko menambahkan bahwa Instagram juga memberikan peluang kepada pengguna untuk menggunakan platform

ini sebagai alat promosi guna mengiklankan atau memperkenalkan produk atau layanan. Ini disebabkan oleh ketersediaan berbagai fitur yang mendukung tujuan ini, seperti pengambilan foto, penerapan filter digital, serta kemampuan untuk membagikan konten ke berbagai platform jejaring sosial, termasuk di dalamnya platform Instagram itu sendiri (Atmoko, 2012).

Layout Dalam Konten Instagram

Menurut Rustan (2008) pada dasarnya, layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Secara umum, elemen-elemen tersebut memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi secara lengkap dan akurat, serta memberikan kenyamanan saat membaca, termasuk dalam hal navigasi yang mudah dan aspek estetika yang menarik.

Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul “Layout” membagi elemen layout menjadi tiga macam, yaitu elemen teks, elemen visual, serta invisible element. Surianto Rustan dalam bukunya juga menjelaskan Prinsip-prinsip Layout terbagi menjadi empat bagian yaitu keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) (Rustan, 2008).

Tipografi Dalam Konten Instagram

Tipografi merujuk pada proses seni mengatur dan menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Maka dari itu, dalam konteks tersebut, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak dan menggabungkannya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk mencapai efek tampilan yang diinginkan (Kusrianto, 2007). Ilene Strizver dalam Murtono (2013) menyebutkan beberapa hal dasar yang perlu dipertimbangkan dalam menilai baik buruknya huruf yaitu berupa konsistensi karakter, keterbacaan, spasi, dan kerning.

Implementasi Warna Perusahaan Pada Konten Instagram

Warna memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan makna yang tak terbatas. Ini disebabkan oleh perbedaan persepsi

dan penafsiran warna oleh setiap individu, yang dipengaruhi oleh faktor budaya yang berbeda (Kusrianto, 2007).

Pemilihan warna pada sebuah perusahaan ataupun *brand* pada umumnya didasarkan pada karakter, visi, dan misi dari perusahaan ataupun *brand* itu sendiri. Warna memainkan peran yang penting dalam menciptakan identitas visual dan mempengaruhi keputusan pembelian produk ataupun jasa (Rustan, 2008).

Apabila dalam proses pemilihan warna terjadi kesalahan, maka hal itu dapat memberi dampak pada menurunnya tingkat atensi atau perhatian audiens dalam memahami informasi yang disampaikan melalui desain tersebut, sehingga dalam pemilihan warna seseorang perlu memahami kesan atau citra apa yang akan dibangun dalam perancangan desain (Anggraini & Nathalia, 2014).

Konsistensi Desain Dalam Konten Instagram

Konsistensi desain visual merupakan elemen yang tak terpisahkan dalam merancang identitas *brand* yang merupakan alat yang efektif untuk menciptakan keberhasilan sebuah *brand*. Konsistensi media yang digunakan akan menimbulkan kesan bahwa entitas tersebut konsekuen dan profesional (Rustan, 2008).

Konsistensi desain dalam konten Instagram memiliki peran penting untuk membangun citra *brand* yang kuat, meningkatkan pengenalan *brand*, dan mempertahankan audiens yang setia. Dengan menjaga konsistensi ini, desainer dapat membangun *brand recognition* yang kuat dan memperkuat hubungan dengan *audiens* di Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Define

Define dilakukan dengan tujuan untuk memahami latar belakang masalah BLC Incubator. Didapatkan hasil brief seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. *Brief* BLC Incubator

Judul proyek	<i>Social media guideline</i> konten Instagram BLC Incubator
Tujuan proyek	Pembuatan <i>Social media guideline</i> ditujukan sebagai acuan serta pedoman bagi BLC Incubator dalam mengelola konten media sosial Instagram.
Target audiens	Target <i>audiens</i> utama dari Instagram BLC Incubator adalah pria dan wanita dengan usia diatas 20 tahun yang memiliki ketertarikan pada bidang UMKM, koperasi dan startup, dengan demografis utama di Kabupaten Tulungagung dan sekitarnya.
Spesifikasi konten	Menginformasikan tentang edukasi terkait UMKM, koperasi dan startup. Serta meningkatkan kesadaran pentingnya peran Inkubator bisnis, dan terlibat dengan audiens. Untuk tahun ini BLC Incubator lebih berfokus kepada koperasi.
Pesan dan gaya bahasa	Kesan yang ingin BLC Incubator sampaikan kepada <i>audiens</i> adalah bahwa BLC Incubator merupakan inkubator bisnis yang profesional serta berpengalaman dalam mendampingi proses perkembangan pelaku usaha UMKM, koperasi dan startup. Melalui penggunaan materi konten serta gaya bahasa yang formal.
Informasi tambahan yang harus dicantumkan	Informasi terkait kontak Perusahaan
Spesifikasi media	Media sosial instagram dengan fitur feed dan story
Konsep visual	Penyampaian visual dapat berupa foto kegiatan dan infografis terkait materi yang relevan dengan inkubator bisnis. Dengan didominasi warna merah ataupun putih.
Gaya desain	Modern dengan kesan profesional (<i>corporate</i>)
Kriteria tambahan	Penempatan logo di atas Serta tampilan kontak dibawah Penggunaan foto model harus menggunakan foto orang Indonesia ataupun Asia.
Referensi	LPDB-KUMKM, Sigerhub, Cubic Incubator dan BPRIN UNAIR

Research

Tahap *research* merupakan tahapan dengan tujuan untuk menggali informasi terkait permasalahan yang ada dengan tujuan untuk mengenali kemungkinan potensi dan hambatan BLC Incubator. Pertama, peneliti mendapatkan instrument pertanyaan yang berbentuk 5W+1H sesuai fokus penelitian. Kedua, peneliti melibatkan dokumentasi eksisting konten Instagram dan media promosi serta hasil pretest dan posttest rancangan penelitian. Ketiga, peneliti melakukan observasi pada lokasi penelitian, situs web, akun media sosial, dan eksplorasi terkait materi konten Instagram

Instagram yang dimanfaatkan oleh perusahaan. Keempat, dilakukan analisis SWOT dengan Matriks SWOT seperti pada Tabel 2 dan 3.

Tabel 2. Matriks SWOT BLC Incubator

Internal Eksternal	(O) Opportunity	(T) Threat
(S) Strength	Strategi (SO) - Mengembangkan BLC Incubator sebagai inkubator bisnis yang terdepan dalam fasilitas dan kurikulum yang mampu menjangkau tenant di Tulungagung dan daerah sekitarnya. - Mengelola akun Instagram dalam upaya mengoptimalkan promosi yang menawarkan fasilitas dan kurikulum melalui konten melalui fitur feed dan story instagram.	Strategi (ST) - Meningkatkan kegiatan promosi yang mampu menunjukkan kelebihan BLC Incubator. - Menciptakan panduan yang mampu menjaga konsistensi konten, sehingga dapat diterapkan dalam waktu yang lebih efektif.
(W) Weakness	Strategi (WO) - Membuat panduan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat konten Instagram guna mengoptimalkan dan meningkatkan audiens	Strategi (WT) - Mengembangkan konsistensi desain konten untuk mengoptimalkan Instagram sebagai media promosi. - Meningkatkan jumlah audiens melalui konten informatif dan interaktif.

Tabel 3. Matriks SWOT SigerHub

Internal Eksternal	(O) Opportunity	(T) Threat
(S) Strength	Strategi (SO) - Memanfaatkan dukungan dan peran dari berbagai pihak dalam mengembangkan inkubator bisnis. - Memanfaatkan jumlah audiens dalam mempromosikan berbagai keunggulan yang dimiliki.	Strategi (ST) - Menciptakan panduan yang mampu menjaga konsistensi konten, sehingga dapat diterapkan dalam waktu yang lebih efektif. - mengembangkan konten instagram yang mampu menunjukan segala keunggulan dan prestasi yang dimiliki
(W) Weakness	Strategi (WO) - Membuat konten edukasi serta informasi yang terkait UMKM dan Koperasi. - Menjangkau cakupan bisnis yang lebih luas dengan memanfaatkan dukungan pemerintah.	Strategi (WT) - Mengembangkan konsistensi desain konten untuk mengoptimalkan Instagram sebagai media promosi. - Meningkatkan kepercayaan tenant melalui konten informatif dan edukatif.

Berdasarkan perbandingan tersebut, penulis menggunakan hasil matriks S-T (strength-threat) dengan strategi mengembangkan panduan kreatif yang mampu menjaga konsistensi desain konten Instagram, serta mengembangkan variable konten yang mampu menunjukan keunggulan BLC Incubator sehingga mampu menjadi daya tarik bagi audiens lama dan baru.

Ideate

Penelitian ini akan berfokus pada perancangan *social media guideline* melalui

konten Instagram yang dibagi menjadi *feeds* dan *template story* Instagram.

Konsep Verbal

Mencakup beberapa elemen komunikasi berupa: (1) Kepala berita (*headline*) yang mudah dibaca, dipahami, dan menarik; (2) Teks *body copy* dengan kata-kata yang jelas dan rinci serta informatif; (3) *Tagline*, yang bertuliskan ajakan seperti pada BLC Incubator memiliki *tagline* yang berbunyi “*Let’s Grow Together*”.

Konsep Kreatif

Dilakukan pemetaan ide pada media utama pada Tabel 4 dan media pendukung pada Tabel 5 dari perancangan *social media guideline* melalui konten instagram BLC Incubator.

Tabel 4. Pemetaan *social media guideline* BLC Incubator

Pengenalan	Pada bagian ini terdapat penjelasan mengenai gambaran umum terkait <i>social media guideline</i> , serta standar kualitas yang harus terpenuhi untuk digunakan dalam pembuatan konten instagram.
Logo	Pada bagian Logo, <i>social media guideline</i> ini memuat informasi terkait penggunaan logo BLC Incubator pada konten Instagram, informasi tersebut berupa pemilihan logo serta ukuran logo pada konten Instagram.
Warna	Dalam pembuatan konten, diperlukan pemilihan tone warna agar hasil konten dapat konsisten dan mudah diingat oleh audiens. Pada bagian ini memberikan penjelasan terkait palet warna primer ataupun sekunder yang digunakan pada konten Instagram.
Kesan	Pada bagian Kesan, memuat informasi terkait penggunaan gambar ataupun foto yang tepat dalam konten Instagram mencerminkan citra dan kesan dari BLC Incubator, serta memberikan referensi terkait pemilihan foto yang tepat bagi konten instagram BLC Incubator
Tipografi	Penggunaan tipografi pada konten BLC incubator, menggunakan 2 jenis font yang berbeda, pada bagian ini memberikan informasi font yang digunakan dan ukurannya.
Grid	Pada bagian grid, memberikan penjelasan terkait penggunaan grid pada tata letak elemen visual pada konten instagram BLC incubator.
Konten kreatif	Konten BLC incubator menggunakan <i>copywriting</i> atau kata-kata yang disusun menjadi sebuah kalimat dalam konten maupun caption. Selain <i>copywriting</i> BLC incubator juga memiliki beberapa jenis konten yang dapat diaplikasikan.
Manajemen aset desain	Manajemen aset desain adalah praktik untuk mengelola dan mengatur semua aset desain yang digunakan, pada bagian ini memberikan penjelasan tentang bagaimana aset desain blc incubator dapat diaplikasikan pada perangkat yang berbeda.

Dari ketiga variabel konten pada Tabel 5, semuanya akan memiliki template yang akan dijadikan sebagai patokan agar konten tetap berlanjut dan konsisten. Template yang sudah dibuat bisa di sesuaikan dengan jenis konten yang ada, namun hal ini tetap diatur dalam

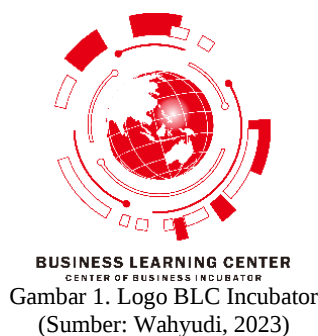
peraturan yang tersedia dalam social media guideline.

Tabel 5. Pemetaan konten BLC Incubator

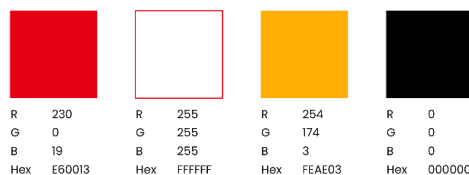
Konten informatif	Informasi kegiatan	Menampilkan informasi kegiatan inkubasi
	Dokumentasi kegiatan	Menampilkan dokumentasi kegiatan inkubasi
	Konten Edukasi	Menampilkan infografik, grafik, atau postingan yang memberikan informasi berharga yang relevan dengan layanan inkubasi
	Kutipan Motivasi atau Inspiratif	Bagikan kutipan-kutipan yang relevan dengan layanan inkubasi atau yang dapat menginspirasi audiens.
	Update Informasi	Menyajikan informasi terbaru terkait dengan layanan inkubasi.
Konten interaktif	Konten interaktif	Mengajak audience untuk berperan dalam menanggapi konten
Konten emosional	Greeting	Hari raya keagamaan, hari nasional, dll

Konsep Visual

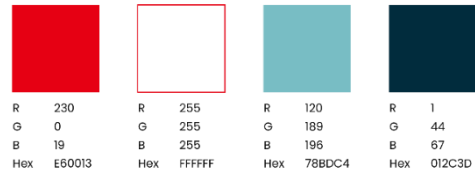
Dalam penelitian ini, perancangan konsep visual berupa penggunaan konsep alam menjadi elemen yang penting karena konsep visual berperan penting pada warna, tipografi, foto objek wisata, dan elemen visual yang diterapkan.



Gambar 1. Logo BLC Incubator
(Sumber: Wahyudi, 2023)



Gambar 2. Warna Turunan Logo BLC Incubator 1
(Sumber: Wahyudi, 2023)

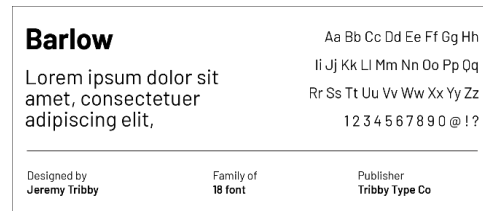


Gambar 3. Warna Turunan Logo BLC Incubator 2
(Sumber: Wahyudi, 2023)

Warna yang dipakai untuk perancangan desain konten Instagram BLC Incubator mengambil warna dari logo BLC Incubator, yaitu memakai warna merah dan putih yang telah menjadi salah satu identitas dari Perusahaan ini dan dipakai sebagai warna dasar.



Gambar 4. Font Poppins
(Sumber: Wahyudi, 2023)



Gambar 5. Font Barlow
(Sumber: Wahyudi, 2023)

Font Poppins adalah *font sans-serif* yang memiliki desain yang bersih dan mudah dibaca, sesuai untuk berbagai proyek desain dengan tampilan bersih dan modern. Sedangkan font Barlow adalah *font sans-serif* yang Barlow memiliki desain yang sederhana dan bersih, font Barlow memiliki 18 gaya yang mudah dikombinasikan. Kedua font ini juga merupakan font terbuka atau gratis.

Dalam konten BLC Incubator pemotretan dan pemilihan foto, perlu mempertimbangkan nilai-nilai budaya daerah dan lokal agar aset gambar selalu tetap sesuai dengan audiens, yang dibagi menjadi 2 kelompok yaitu kelompok bisnis dan kelompok tenant seperti pada Gambar 6 dan 7.



Gambar 6. Foto BLC Incubator (Bisnis)
(Sumber: Wahyudi, 2023)

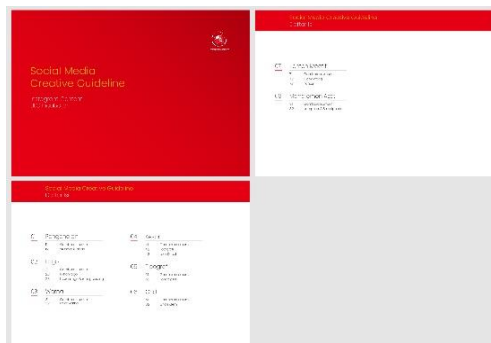


Gambar 7. Foto BLC Incubator (Tenant)
(Sumber: Wahyudi, 2023)

Strategi visual dalam perancangan ini menyatukan berbagai elemen visual dengan ciri khas alam mengedit foto objek menggunakan Adobe Photoshop terlebih dahulu, kemudian dirangkai menggunakan Adobe Illustrator untuk disatukan dengan elemen-elemen visual dan teks dengan menggunakan teknik vector.

Konsep media pada media utama menggunakan kertas A5 landscape dengan format pdf. Sedangkan pada media pendukung menggunakan fitur Instagram *feeds* dan Instagram *story*.

Prototype



Gambar 8. Prototype 1 Media Utama
(Sumber: Wahyudi, 2023)



Gambar 9. Prototype 1 Media Pendukung
(Sumber: Wahyudi, 2023)



Gambar 10. Prototype 2 Media Utama
(Sumber: Wahyudi, 2023)



Gambar 10. Prototype 2 Media Pendukung
(Sumber: Wahyudi, 2023)

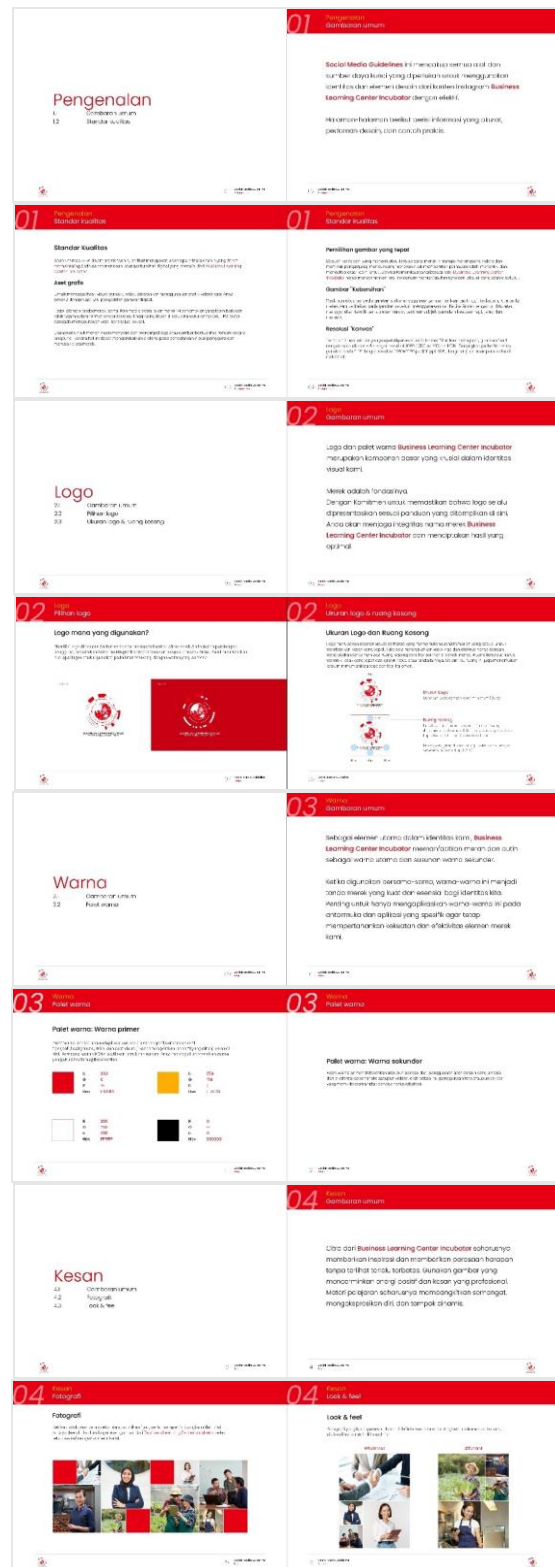
Select

Pada validasi materi kedua *prototype* mendapatkan nilai 100 dikarenakan kedua *prototype* memuat materi yang sama. Sedangkan pada validasi media kedua *prototype* memperoleh nilai dan catatan yang berbeda, pada *prototype 1* memperoleh nilai 87,25 dengan catatan pada bagian tipografi dimana pemilihan style font yang terlalu tipis sehingga mengurangi keterbacaan informasi sehingga memungkinkan adanya sedikit revisi, sedangkan pada *prototype 2* memperoleh nilai 80 dengan catatan pada bagian tipografi adalah konsistensi *style font* yang digunakan serta pemilihan dan kombinasi warna yang kurang sesuai yang berpengaruh pada hasil desain secara keseluruhan sehingga *prototype 2* memungkinkan adanya revisi lebih banyak dibandingkan dengan *prototype 1*.

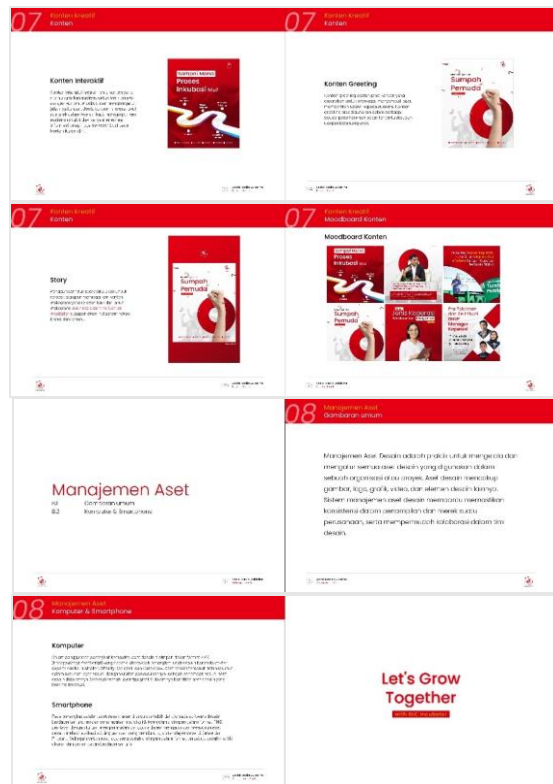
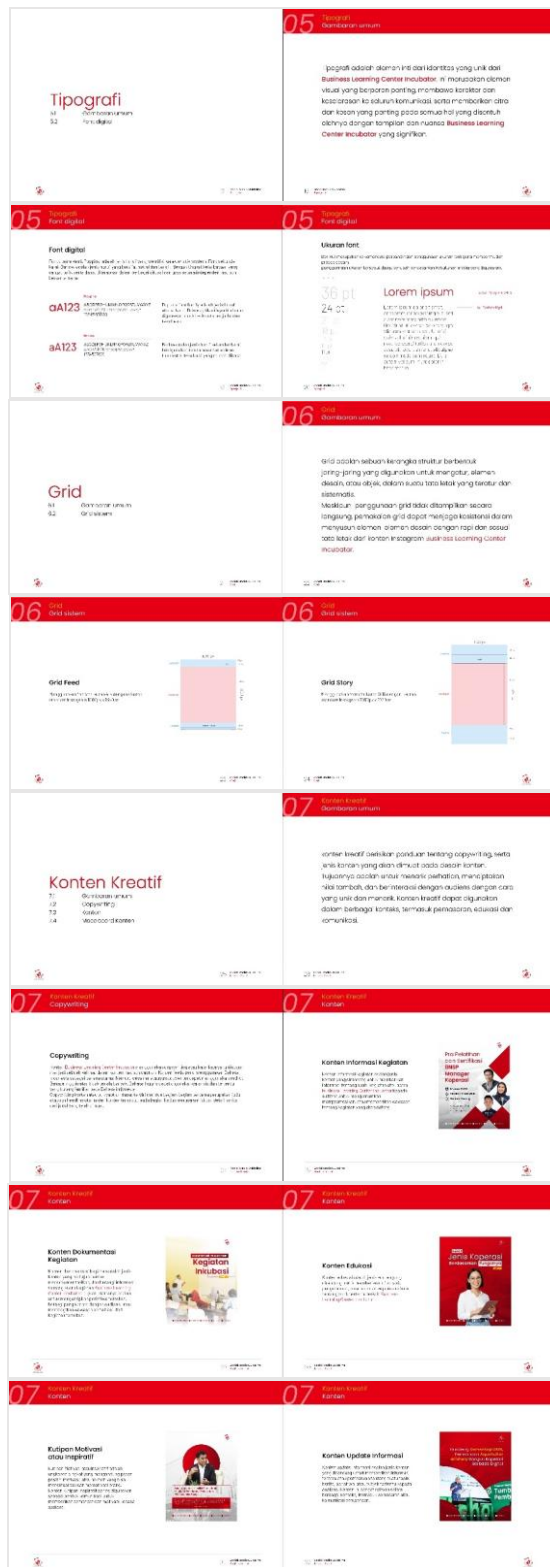
Sedangkan bagi penulis *prototype 1* dinilai lebih sesuai untuk digunakan, yang mendasari keputusan tersebut adalah penggunaan gaya desain yang lebih fleksibel untuk dikembangkan sesuai dengan konten yang dimuat, disisi lain penempatan logo di kiri atas menjadi poin tambahan hal tersebut dikarenakan BLC Incubator merupakan perusahaan yang bermitra dengan instansi pemerintah yang memungkinkan adanya kerjasama disuatu waktu, yang mengharuskan penempatan logo harus berada di kanan untuk posisi yang lebih tinggi dan tidak mengubah posisi logo BLC Incubator. Berdasarkan perbandingan tersebut penulis memilih *prototype 1* sebagai desain final dengan revisi pada penggunaan ketebalan huruf pada media utama.

Implement

Desain Final Media Utama



“Perancangan *Social Media Guidelines* melalui Konten Instagram Business Learning Center Incubator”



Gambar 11. Desain final media utama halaman 1-44
(Sumber: Wahyudi, 2023)

Desain Final Media Pendukung



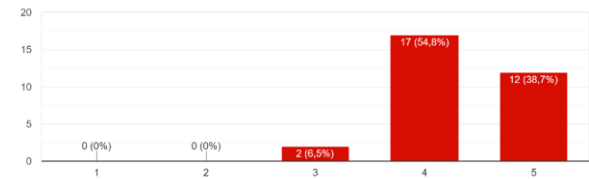


Gambar 12. Desain final media pendukung Post 1-12
(Sumber: Wahyudi, 2023)

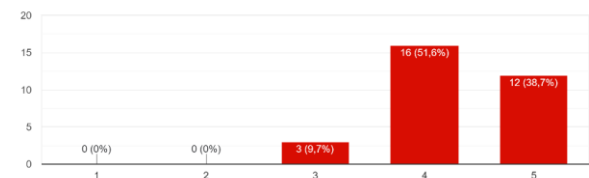
Learn

Langkah selanjutnya adalah uji coba yang melibatkan audiens untuk mengetahui pengaruh desain konten Instagram yang dirancang sebagai media pendukung. Kuesioner tersebut telah ditanggapi oleh 31 responden yang merupakan pengguna media sosial Instagram, dapat dilihat pada Gambar 13.

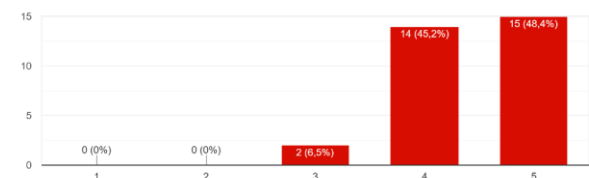
Kesesuaian sajian informasi pada konten yang di ditampilkan
31 jawaban



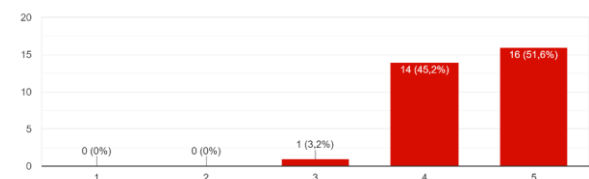
Kelengkapan sajian informasi pada konten yang di ditampilkan
31 jawaban



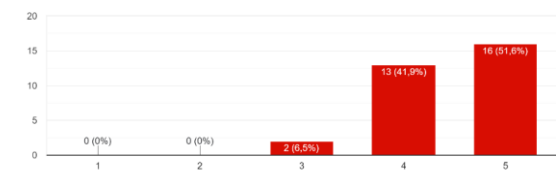
Informasi pada konten yang disajikan mudah dipahami
31 jawaban



Bahasa yang digunakan pada konten mudah dipahami
31 jawaban

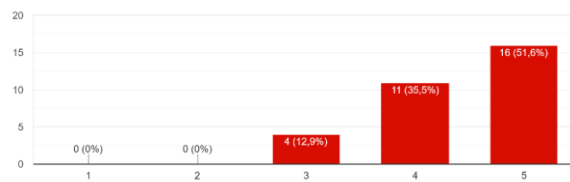


Desain konten yang dirancang telah mengalami perbaikan dari desain konten sebelumnya yang ada di akun Instagram BLC Incubator
31 jawaban

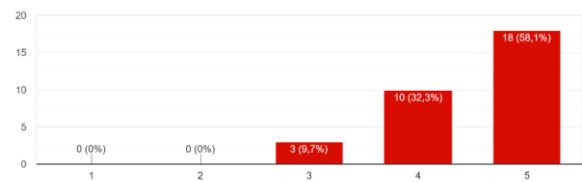


“Perancangan *Social Media Guidelines* melalui Konten Instagram Business Learning Center Incubator”

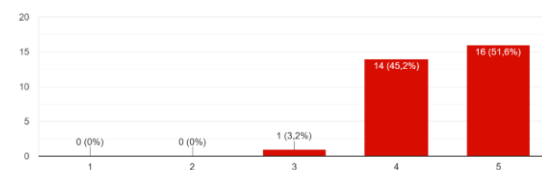
Desain konten yang dirancang termasuk desain konten yang rapi dan menarik
31 jawaban



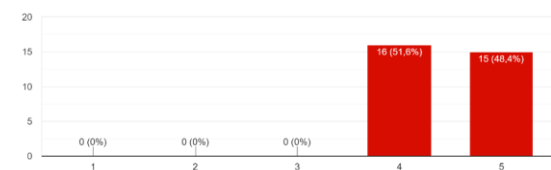
Adanya konsistensi dari segi desain konten yang dirancang setelah adanya penelitian ini
31 jawaban



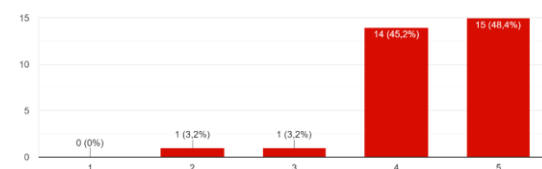
Desain konten yang dirancang telah menerapkan prinsip warna dengan baik dan cocok dengan BLC Incubator
31 jawaban



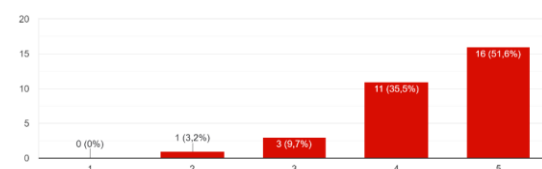
Menurut Anda, berapa nilai kelayakan desain konten yang telah dirancang untuk bisa diunggah di akun Instagram BLC Incubator?
31 jawaban



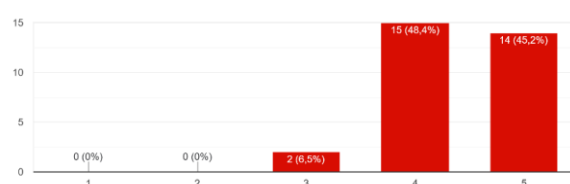
Tipografi (pemilihan huruf dan penggunaan spasi) yang terdapat dalam desain konten tersebut sudah jelas dan mudah dibaca
31 jawaban



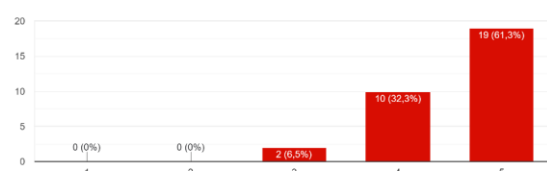
Layout (tata letak) yang ada di desain konten tersebut sudah menerapkan prinsip keseimbangan dan sudah terarah ke fokus pesan yang disampaikan
31 jawaban



Kesesuaian Media (fitur instagram) yang dipilih terhadap konten yang dimuat
31 jawaban



Desain konten yang dirancang memiliki sifat komunikatif dari segi bahasa maupun visual
31 jawaban



Gambar 13. Hasil Kuesioner Pertanyaan 1-13
(Sumber: Wahyudi, 2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Diperlukan perancangan *Social Media Guidelines* melalui konten Instagram Business Learning Center Incubator yang dirancang mencakup semua alat dan sumber daya kunci yang diperlukan untuk menggunakan identitas dan elemen desain dari konten Instagram Business Learning Center Incubator dengan efektif. Perancangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* dengan menerapkan analisis SWOT. Proses desain ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua aspek terpenuhi dalam desain yang dihasilkan. Dengan menggabungkan berbagai teknik dan metode kreatif, proses ini memberikan dorongan untuk berpikir inovatif dalam mencari solusi yang tidak konvensional, sehingga dapat diaplikasikan dalam upaya perancangan *Social Media Guidelines* melalui konten Instagram Business Learning Center Incubator.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola media sosial BLC Incubator adalah dengan menjaga konsistensi konten instagram, menjaga konsistensi konten Instagram dapat membantu membangun identitas merek yang kuat, meningkatkan daya tarik pengikut, dan mempertahankan keterlibatan. Konsistensi membantu menciptakan pengalaman yang dapat diandalkan bagi pengikut, meningkatkan pemahaman terhadap BLC Incubator, dan memperkuat citra keseluruhan BLC Incubator.

REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. 2010. *Basics Design 08: Design Thinking*. Laussane: AVA Publishing SA.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. 2014. *Desain Komunikasi Visual : Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Badan Pemeriksaan Keuangan . 2021. "Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021" diunduh pada Tanggal 19 Januari 2024, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Darmayantie, N. 2018. *Analisis Content Marketing Pada PT Cloud Hosting Indonesia (Studi Kasus Media Instagram @idcloudhost)*. Jakarta: Politeknik APP Kementerian Perindustrian.
- Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Murtono, T. 2013. *Tipografi: sejarah, karakter, kaidah & proses penciptaan huruf*. Surakarta: ISI Press.
- Rustan, S. 2008. *Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabrina, V. C. 2021. "Pengaruh Instagram Terhadap Perkembangan". *Prosiding Seminar Sitasi 13 November 2021*.
- We Are Social. 2022. "Digital 2022: Another year of Bumper Growth" diunduh pada Tanggal 19 januari 2024, dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>