

## **FEED INSTAGRAM SEBAGAI KAMPANYE SOSIAL AKTIVIS PEDULI SUNGAI SURABAYA**

**Achmad Valahan<sup>1</sup>, Muh Ariffudin Islam<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
achmadvalahan.19005@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
muhariffudin@unesa.ac.id

### **Abstrak**

Aktivis Peduli Sungai Surabaya adalah komunitas masyarakat peduli sungai yang dikelola oleh Yayasan Peduli Sungai Sejahtera. Untuk keperluan kampanye sosial, aktivis Peduli Sungai Surabaya menggunakan media sosial Instagram. Akan tetapi, masih ditemukan kekurangan dalam penggunaan Instagram sebagai media kampanye sosial, seperti inkonsistensi identitas visual dalam desainnya dan pemilihan warna yang terlalu banyak sehingga membuat desainnya kurang memiliki identitas. Solusi permasalahan ini adalah perancangan identitas visual *feed* Instagram aktivis Peduli Sungai Surabaya. Tujuannya adalah untuk menyusun konsep perancangan, mendeskripsikan proses perancangan, dan menampilkan hasil perancangannya. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif yang berfokus pada permasalahan mendetail dengan metode perancangan PDCA atau Siklus Deming (*Deming Cycle*) yang memiliki 4 tahap yaitu perencanaan (*plan*), pelaksanaan (*do*), pemeriksaan (*check*), dan tindakan (*action*). Setelah desain *feed* dibuat, desain tersebut divalidasi dengan indikator penilaian berupa kesesuaian layout, tipografi, warna, dan elemen desain. Persentase nilai validasi antara lain, 0%-20% sangat tidak layak, 20,1%-40% kurang layak, 40,1%-60% cukup layak, 60,1%-80% layak, dan 80,1%-100% dikategorikan sangat layak. Dalam perancangan ini, peneliti mendapat nilai 88,8% yang berarti desain sangat layak untuk dipublikasi. Hasil perancangan ini berupa *feed* Instagram aktivis Peduli Sungai Surabaya yang menyajikan visual menarik, memuat konten edukatif, dan menunjukkan identitas visual dari aktivis Peduli Sungai Surabaya.

**Kata Kunci:** Instagram, Sungai, Kampanye, Peduli Sungai Surabaya

### **Abstract**

*Peduli Sungai Surabaya is a river awareness community managed by Peduli Sungai Sejahtera Foundation. For social campaign purposes, Peduli Sungai Surabaya activists use Instagram as its social campaign media. However, there are still shortcomings in using Instagram as a social campaign media, such as the inconsistency of visual identity in the design and the selection of too many colors that make the design lack identity. The solution to this problem is to design the visual identity of the Instagram feed of Peduli Sungai Surabaya activists. The objective is to organize the design concept, describe the design process, and display the design results. The method used in this design is qualitative which focuses on detailed problems with the PDCA design method or Deming Cycle which has 4 stages, namely perencanaan (plan), pelaksanaan (do), pemeriksaan (check), and tindakan (action). After the feed design is made, the design is validated with assessment indicators in the form of suitability of layout, typography, color, and design elements. The percentage of validation values includes 0%-20% as very inappropriate, 20.1%-40% as less feasible, 40.1%-60% as quite feasible, 60.1%-80% as feasible, and 80.1%-100% as categorized as very feasible.*

**Keywords:** Instagram, River, Campaign, Peduli Sungai Surabaya

### **PENDAHULUAN**

Sungai menjadi sumber kehidupan serta pusat aktivitas masyarakat sejak zaman dahulu.

Pada masa awal berdirinya peradaban Mesir kuno sekitar 3.150 SM, pesisir Sungai Nil menjadi pusat aktivitas masyarakat karena daerah sekitar

pesisir sungai itu memiliki tanah yang subur. Sehingga mendukung aktivitas pertanian dan peternakan. Di India, sungai juga menjadi sarana spiritual umat agama Hindu disana, seperti sungai Gangga yang menurut kepercayaan mereka sungai tersebut Merupakan jelmaan Dewi Gangga sebagai dewi kesuburan dan perMBERIH dosa dengan air yang dikucurkan dari gucinya (Maarif, 2022).

Di kota Surabaya, sungai mempunyai peran sendiri dalam sejarah, sejak zaman Indonesia dikuasai VOC (Vereenigde Oostindische Compagnie). Sungai Kalimas menjadi sarana transportasi untuk mengangkut barang-barang guna didistribusikan keseluruh wilayah Surabaya melewati jalur sungai Kalimas tersebut. Selain itu, di kota Surabaya juga terdapat sungai jagir yang merupakan sungai buatan pemerintah kolonial belanda dengan tujuan untuk mencegah banjir di kota Surabaya karena luapan sungai Brantas dan sungai Kalimas. Sungai Jagir juga Merupakan sungai buatan pertama di Hindia Belanda karena dibangun sekitar tahun 1856, lebih tua daripada sungai buatan di Batavia (Jakarta) yang dibuat tahun 1922 (Pratama, 2023).

Karena pentingnya sungai dalam aspek historis maupun fungsional bagi masyarakat Surabaya, maka dari itu sungai harus dijaga dari sisi kebersihan hingga keindahannya. Sungai yang tercemar akan memberikan dampak buruk ke masyarakat sendiri. Dampak buruk itu bisa merugikan masyarakat secara fisik maupun materi.

Dengan munculnya isu pencemaran sungai tersebut, masyarakat yang sadar pentingnya menjaga kebersihan dan keindahan sungai. Berbagai aktivis dan gerakan yang menunjukkan kepedulian masyarakat terutama anak muda menunjukkan kontribusinya dalam merespon isu pencemaran sungai dan berkembang dengan fokus yang lebih luas lagi terhadap isu lingkungan seperti yang dilakukan Aktivistis Peduli Sungai Surabaya (PSS).

Aktivistis PSS (Peduli Sungai Surabaya) merupakan organisasi yang didirikan Bapak Winardi. Diawali dengan tugas kuliah bapak Winardi di sungai daerah Kapas Madya Kota Surabaya, beliau mengajak masyarakat sekitar untuk membersihkan sungai tersebut. Karena

mendapat respon baik dari masyarakat akhirnya dibuatlah Facebook (Fan Page) Peduli Sungai Surabaya.

Karena banyaknya masyarakat yang melakukan pengaduan akhirnya muncul program kebersihan sungai yang berfokus pada sampah untuk mengajak masyarakat bantaran sungai supaya lebih bijak dalam membuang dan mengelola sampah. Setelah observasi lebih lanjut tentang program tersebut, ajakan ini menjadi skala besar dan akhirnya dijalankan di sekolah – sekolah

Dengan adanya pandemi pada tahun 2020, PSS beralih untuk lebih fokus ke edukasi terhadap siswa dan berhenti terjun ke kampung-kampung dan sekarang untuk menasar segmen generasi muda serta masyarakat yang lebih luas, maka dari itu PSS juga merambah ke sektor media sosial untuk edukasi.

#### **METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)**

Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggali pengalaman subjek penelitian secara menyeluruh, seperti apa yang mereka lakukan, rasakan, inginkan, dan pilih, dengan cara mengungkapkannya dalam kata-kata dan bahasa dan pada situasi tertentu yang sesuai dengan kenyataan dan dengan menggunakan berbagai metode yang alami (Moloeng, 2007). Alasan penggunaan metode kualitatif dalam perancangan ini karena metode ini memiliki fokus langsung kepada sumber data yang ada, sehingga validitas data dan informasi yang didapatkan dalam perancangan ini lebih tinggi sesuai dengan kondisi dan latar belakang yang diteliti. Selain itu metode ini juga dipilih karena memiliki hasil riset mendalam terhadap objek yang diteliti.

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode PDCA atau dikenal juga dengan Siklus Deming (Deming Cycle). PDCA merupakan metode yang diperkenalkan oleh Dr. W. Edwards Deming (Deming, 1928) yang merupakan suatu proses perbaikan dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Umumnya, siklus PDCA digunakan untuk menguji dan menerapkan perubahan-perubahan yang bertujuan meningkatkan kinerja suatu produk, proses, atau sistem dengan dampak yang

dapat memengaruhi kesuksesan di masa yang akan datang dengan proses melalui empat tahapan, yaitu: perencanaan (*Plan*), pelaksanaan (*Do*), pemeriksaan (*Check*), dan tindakan (*Action*).

Perencanaan (*Plan*), pada tahap ini dikumpulkan berbagai sumber data melalui metode wawancara dengan tim dari aktivis Peduli Sungai Surabaya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian, serta melalui observasi *feed* Instagram aktivis Peduli Sungai Surabaya untuk mengetahui kekurangan dari desain sebelumnya dalam efektivitas penyampaian kampanye sosial.

Pelaksanaan (*Do*), pada tahap ini seluruh informasi yang didapatkan sebelumnya dianalisis dan dijadikan sebagai standard acuan selama proses perancangan *feed* Instagram aktivis Peduli Sungai Surabaya. Di tahap ini juga dilakukan beberapa proses perancangan konsep kreatif desain seperti pembuatan *thumbnail*, kemudian dilanjut dengan *tight issue*, sampai akhirnya didapatkan *final design*. Kemudian setelah desain akhir didapatkan, akan dilakukan uji validasi oleh para ahli untuk melihat kelayakan dari desain tersebut sebelum dipublikasi.

Pemeriksaan (*Check*), Tahap pemeriksaan bertujuan untuk memverifikasi apakah pelaksanaannya atau hasil sesuai dengan planning dan memantau progress perbaikan yang telah direncanakan. Meninjau perbandingan antara kualitas hasil produksi dengan standar yang telah ditetapkan, serta melakukan penelitian terhadap data kegagalan untuk mengevaluasi penyebabnya. Penilaian validasi tersebut dilakukan menggunakan skala likert. Kemudian hasil dari uji validasi media akan diproses dan dihitung menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase

F = Jumlah Skor Penilaian

N = Jumlah Skor Maksimal

**Tabel 1.** Kategori Kelayakan (Sugiyono, 2013)

No	Skor (%)	Kategori Kelayakan
1	0-25%	Sangat kurang

2	26-50%	Kurang
3	51-75%	Baik
4	76-100%	Sangat baik

Tindakan (*Action*), tahap ini diambil ketika dianggap perlu berdasar hasil analisis sebelumnya, seperti saat mengalami *error* atau masalah selama proses perancangan *feed* Instaram aktivis Peduli Sungai Surabaya.

## KERANGKA TEORETIK

### *Layout* Dalam Perancangan *Feed* instagram

Menurut Rustam (2008:0), *layout* pada dasarnya dapat dijelaskan sebagai tata letak komponen-komponen yang menyusun ustau desain terhadap bidang di media tertentu untuk mendukung dan memperkuat konsep yang dibawanya. Sedangkan menurut Gavin Amborse dan Paul Harris (2005), *Layout* atau tata letak adalah pengaturan elemen desain yang saling terkait dalam suatu ruang, sehingga terbentuk sebuah struktur artistik yang dapat disebut sebagai manajemen bentuk dan bidang. *Layout* dapat diimplementasikan dalam berbagai media seperti website, majalah, iklan televisi dan masih banyak media lainnya.

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:75) ada beberapa prinsip yang sebaiknya diterapkan ketika membuat *layout* desain. Prinsip-prinsip itu antara lain: *Sequence*, *Emphasis*, dan *Balance*. *Sequence*. *Sequence* atau urutan merupakan faktor penting dalam tata letak atau *layout*, karena dapat memengaruhi bagaimana aliran pandangan mata ketika melihat suatu *layout*. Sementara itu, *Emphasis* merupakan penekanan pada bagian penting untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan sehingga audiens bisa fokus pada bagian itu, sedangkan *Balance* merupakan metode untuk mengatur keseimbangan pada *layout*, *balance* dalam *layout* memiliki dua prinsip yaitu simetris dan asimetris.

### Implementasi Warna Dalam Desain *Feed*

Warna adalah salah satu komponen penting dalam desain untuk menarik atensi, meperbaiki mood, serta dapat merepresentasikan citra suatu brand, dan lain sebagainya. 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 tersebut (Anggriani dan Nathalia, 2014: 37-40)

1) Merah

Penerapan warna merah umumnya digunakan sebagai bentuk promosi untuk merek makanan, seperti KFC dan Coca Cola.

2) Biru

Penerapan warna biru umumnya digunakan untuk merek atau lembaga yang berhubungan dengan teknologi atau lingkungan.

3) Hijau

Penerapan warna hijau pada *feed* umumnya digunakan untuk menunjukkan produk kesehatan alami atau lembaga yang bergerak di bidang lingkungan.

4) Hitam

Penerapan warna hitam dalam *feed* umumnya berhubungan dengan produk yang menunjukkan kesan eksklusif dan elegan.

### **Kampanye Sosial Melalui Media Digital**

Menurut Venus (2004) Kampanye sosial merupakan kampanye yang memiliki orientasi terhadap tujuan spesifik dan menghendaki terjadinya perubahan sosial. Kampanye tersebut digunakan sebagai salahsatu penanganan terhadap problematika yang diikuti dengan perubahan perilaku dan sikap masyarakat terkait. Kampanye sosial dapat dilakukan secara independen dan terpisah dari kampanye politik maupun kampanye yang ditujukan untuk tujuan tertentu lainnya.

Menurut Cangara (2011) Kampanye sosial merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menggerakkan orang lain supaya memiliki perilaku, sikap, dan wawasan yang sama dengan orang yang menyebarkan informasi tersebut kepada orang lain.

perbedaan yang paling jelas antara kampanye dengan propaganda adalah pendekatannya terhadap audiens. Kampanye memakai cara yang persuasif untuk memberi informasi kepada masyarakat, sedangkan propaganda dilakukan untuk mempengaruhi opini atau persepsi publik untuk memposisikan perspektif tertentu.

Gregory (2010) menyatakan bahwa dalam kampanye komunikasi dan penyampaian pesan atau informasi dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut: *Awareness*, ini merupakan tahap awal dalam mendapatkan perhatian publik dengan melibatkan publik pada proses kognitifnya melalui pemberian informasi yang dapat menarik minat publik untuk berpikir tentang problematika tertentu yang terjadi di sekitarnya. *Attitude and Opinion*, ini merupakan tahap dalam pembentukan perspektif atau kebiasaan terhadap suatu problematika. *Attitude* sendiri, memiliki fokus terhadap timbulnya reaksi dari penerima informasi. Reaksi tersebut bisa berupa atensi, penerimaan, maupun penolakan. *Behaviour*, ini merupakan tahap untuk menarik minat publik dalam melakukan aksi yang biasa disebut konotatif. Aksi konotatif tersebut bisa dilakukan dengan mempromosikan respon dan diikuti aksi yang harus diambil.

### **Profil Aktivistis Peduli Sungai Surabaya**

Aktivistis PSS (Peduli Sungai Surabaya) merupakan organisasi yang didirikan Bapak Winardi. Diawali dengan tugas kuliah bapak Winardi di sungai daerah Kapas Madya Kota Surabaya, beliau mengajak masyarakat sekitar untuk membersihkan sungai tersebut. Karena mendapat respon baik dari masyarakat akhirnya dibuatlah Facebook (Fan Page) Peduli Sungai Surabaya.

karena banyaknya masyarakat yang melakukan pengaduan akhirnya muncul program kebersihan sungai yang berfokus pada sampah untuk mengajak masyarakat bantaran sungai supaya lebih bijak dalam membuang dan mengelola sampah. Setelah observasi lebih lanjut tentang program tersebut, ajakan ini menjadi skala besar dan akhirnya dijalankan di sekolah – sekolah

Dengan adanya pandemi pada tahun 2020, PSS beralih untuk lebih fokus ke edukasi terhadap siswa dan berhenti terjun ke kampung-kampung dan sekarang untuk menasar segmen generasi muda serta masyarakat yang lebih luas, maka dari itu PSS juga merambah ke sektor media sosial untuk edukasi.

Sekarang, Aktivistis Peduli Sungai Surabaya memiliki 5 program yang bisa diikuti untuk menerapkan sustainability yaitu:

1. Edukasi bijak nyampah  
Program edukasi ke sekolah dan publik untuk mengubah mindset dan perilaku masyarakat dalam mengelola sampah
2. Ecotour  
Program aksi bersih-bersih sungai dan pantai yang disisipi dengan refleksi serta edukasi.
3. Employee voluntary program  
Program berbasis kerelawanan dengan membuat proyek #bijaknyampah di lingkungan sekitar.
4. Workshop  
Program pelatihan recycle sampah yang dilakukan dengan kolaborasi bersama narasumber atau komunitas.
5. Pelatihan “Green Leadership”  
Program mentoring untuk membentuk pemimpin dan pelopor kelestarian lingkungan di daerahnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perencanaan (*Plan*)

Pada tahap ini penulis mengumpulkan semua data untuk dianalisa dan hasilnya digunakan untuk strategi dalam perancangan desain. Data – data yang dikumpulkan dalam tahap ini didapatkan melalui wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi mulai dari sejarah pembentukan organisasi, tujuan organisasi, program organisasi dan lain-lain. Selain wawancara ada juga pengumpulan data melalui observasi postingan di akun Instagram Aktivist Peduli Sungai Surabaya

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pendiri Yayasan Peduli Sungai Sejahtera yaitu Bapak Winardi Litanto, sekaligus anggota dari yayasan tersebut yaitu Ibu Mega Olivia untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang Yayasan Peduli Sungai Sejahtera seperti yang telah ditulis pada kerangka teoritik tentang profile Aktivist Peduli Sungai Surabaya, selain itu penulis juga mendapatkan informasi tentang kurangnya sumber daya manusia di dalam internal Aktivist Peduli Sungai Surabaya yang punya kemampuan di bidang desain. Peneliti juga mendapat informasi mengenai target postingan konten instagram Aktivist Peduli Sungai Surabaya yaitu setiap hari.

Observasi dilakukan dengan melihat feed dalam akun Instagram Aktivist Peduli Sungai

Surabaya untuk dilakukan pengamatan mengenai kekurangan dari desain *feed* sebelumnya.



**Gambar 1.** Akun Instagram Peduli Sungai Surabaya (Sumber: [instagram.com/pedulisungaisurabaya](https://www.instagram.com/pedulisungaisurabaya))

Meninjau tampilan feed Instagram Peduli Sungai Surabaya tersebut, dapat dilihat permasalahan yang ada yaitu inkonsistensi dalam identitas visual yang ditampilkan dalam desainnya. Kurangnya konsistensi tersebut dapat dilihat dalam pemakaian font yang tidak terstandarisasi dalam semua *feed*, selain itu banyak dari *feed* tersebut menggunakan font dekoratif untuk isi konten sehingga memunculkan adanya distraksi dalam penyampaian pesan kepada audiens.

Kemudian pemilihan warna yang terlalu banyak dan tidak beraturan juga membuat desain tersebut tidak punya identitas untuk menunjukkan bahwa itu adalah konten dari Aktivist Peduli Sungai Surabaya. Untuk merealisasikan tampilan desain yang konsisten itu dibutuhkan template desain yang bisa dipakai dan dikembangkan sendiri oleh anggota Yayasan Peduli Sungai Sejahtera sehingga tetap bisa dipakai terus menerus dan memudahkan untuk pembuatan konten baru setiap harinya.

Berdasarkan langkah-langkah dalam tahap Plan yang sudah dilakukan melalui wawancara dengan founder dan anggota Yayasan Peduli Sungai Sejahtera dan observasi akun Instagram Peduli Sungai Surabaya yang telah dilakukan dalam tahap ini, maka dirumuskan beberapa tahap produksi yaitu:

#### 1. Pra Produksi

Dalam tahap ini persiapan yang dilakukan oleh peneliti adalah memastikan *device* yang dipakai selama proses perancangan bisa berjalan optimal, kemudian mengumpulkan referensi yang bisa dijadikan ide untuk

pembuatan konten, terakhir melakukan perencanaan waktu produksi sehingga tidak bertabrakan dengan waktu upload konten.

## 2. Produksi

Dalam tahap ini peneliti menyiapkan semua aset digital yang akan dipakai untuk perancangan, seperti aset foto, gambar, font, dan semua materi konten untuk dirangkai menjadi desain *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya.

## 3. Pasca Produksi

Dalam tahap ini *feed* yang telah dirancang masuk dalam proses pengecekan yang dilakukan oleh validator dan pengecekan kembali isi konten yang akan diposting oleh tim Peduli Sungai Surabaya. Apabila semua dipastikan sudah benar, maka konten sudah bisa diupload.

Selain itu kebutuhan Aktivis Peduli Sungai Surabaya untuk upload konten di Instagram setiap hari membutuhkan banyak template desain yang bisa dengan mudah dipakai oleh semua orang dengan standard desain yang jelas seperti pemakaian warna, font, foto, ornamen, dan lain sebagainya sehingga memunculkan keselarasan dalam semua desain *feed* Instagramnya, sehingga setelah Perancangan selesai, peneliti juga menyiapkan template di Canva yang dapat dengan mudah dipakai dan diakses oleh semua anggota tim.

### Pelaksanaan (Do)

Pada tahap ini semua data yang telah didapatkan dan dianalisis pada tahap sebelumnya akan dijadikan acuan selama proses perancangan desain *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya, sehingga output dari desain tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk menciptakan identitas visual yang sesuai dengan tujuan komunikasi Peduli Sungai Surabaya.

#### a. Konsep Visual

Dalam tahap pembuatan konsep visual desain *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya menggunakan konsep desain minimalis dengan elemen visual yang tidak terlalu dominan sehingga fokus dalam pembuatan desainnya adalah menonjolkan kampanye sosial berupa informasi sebagai highlight utama, selain itu

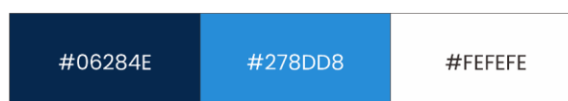
konsep desain yang minimalis juga mendukung untuk pembuatan postingan secara efektif sebagai bentuk adaptasi untuk postingan akun Peduli Sungai Surabaya yang punya jadwal upload dan pembuatan konten setiap hari, sehingga konten dapat diproduksi secara cepat dan mudah sehingga dapat mengimbangi jadwal uploadnya serta sesuai dengan image organisasi profesional yang ingin ditunjukkan.

#### 1) Warna

Pemilihan warna yang akan dipakai untuk perancangan *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya memakai warna biru tua yang diambil dari identitas logo Peduli Sungai Surabaya, warna biru tua dipilih untuk menunjukkan kesan organisasi yang lebih profesional, selain itu warna biru muda juga dipilih karena mewakili identitas Yayasan Peduli Sungai Sejahtera dan juga menjadi representasi dari warna air yang jernih dan bersih sesuai tujuan utama dibentuknya organisasi ini sebagai ornasiasi yang berkonsentrasi terhadap lingkungan.



**Gambar 2.** Logo Yayasan Peduli Sungai Sejahtera (Kiri), Logo Aktivis Peduli Sungai Surabaya (Kanan)  
(Sumber: Peduli Sungai Surabaya)



**Gambar 3.** Palette Warna untuk Desain  
(Ilustrasi oleh: A. Valahan, 2023)

#### 2) Tipografi

Tipografi yang diimplementasikan dalam perancangan desain *feed* Instagram akun Peduli Sungai Surabaya menggunakan huruf dengan jenis sans-serif. Sedangkan *Typeface* yang dipakai hanya satu yaitu Poppins.

Pemilihan *typeface* Poppins karena jenis tulisan ini memiliki karakteristik modern dan pantas dipakai untuk perancangan *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya yang ingin menunjukkan citra modern dan profesional, selain itu jenis tulisan ini juga memiliki

keterbacaan yang sangat jelas dan tepat untuk dijadikan pilihan untuk desain feed yang berisi tentang kampanye sosial.



**Gambar 4.** Font Poppins  
(Sumber: Google Fonts)

Selain itu, *typeface* Poppins ini dipilih karena memiliki ketebalan huruf yang beragam dan memiliki sekitar 18 *syle*. Karena desain yang dibuat dalam perancangan ini hanya memakai satu jenis tulisan saja, maka penting tulisan tersebut memiliki ketebalan dan *style* yang beragam sehingga lebih bagus ketika dikombinasikan untuk membuat *highlight* pada informasi yang disampaikan.



**Gambar 5.** Font Montserrat  
(Sumber: Google Fonts)

### 3) Foto atau Gambar Pendukung

Foto atau gambar pendukung yang ditampilkan antara lain adalah foto dan gambar hasil dokumentasi kegiatan organisasi ini. Sebagai organisasi yang bergerak di bidang lingkungan, aksi nyata berupa terjun langsung ke lapangan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi juga perlu ditampilkan sebagai branding organisasi ini. Foto kegiatan yang ditampilkan bisa berupa aksi bersih-bersih dan seminar atau sosialisasi kepada masyarakat terkait isu lingkungan.



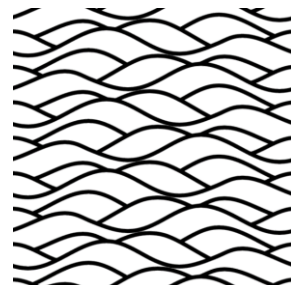
**Gambar 6.** Dokumentasi Kegiatan Pembersihan Sampah  
(Sumber: Peduli Sungai Surabaya)



**Gambar 7.** Dokumentasi Sosialisasi di Sekolah  
(Sumber: Peduli Sungai Surabaya)

### 4) Elemen Visual

Elemen visual yang dipakai dalam perancangan ini mewakili bentuk aliran sungai, elemen ini dipilih karena sesuai nama dan logo dari Peduli Sungai Surabaya sebagai organisasi yang terkonsentrasi dalam isu lingkungan. Untuk visualisasi elemen air yang dipakai adalah elemen air yang memiliki bentuk dinamis tapi tetap minimalis agar konsisten dalam membentuk desain *feed* Instagram dengan konsep modern dan profesional. Dalam penerapannya, desain gelombang tersebut dibuat transparan keatas atau kebawah dan menyatu dengan background supaya tidak kaku dan lebih menyatu lebih halus.



**Gambar 8.** Elemen Visual Gelombang  
(Sumber: canva.com/@tartila)

Selain ornamen bentuk gelombang tersebut, elemen visual yang dipakai adalah gambar benda nyata atau foto orang dengan ekspresi dan gestur tertentu untuk menciptakan interaksi kepada audiens dari akun Instagram Peduli Sungai Surabaya. Kemudian foto tersebut dibuat berwarna hitam putih untuk lebih menunjukkan kesan yang serius tanpa perlu banyak warna dalam desain *feed* Instagramnya.



**Gambar 9.** Aset Foto dan gambar 1  
(Sumber: freepik.com/@jcomp)



**Gambar 10.** Aset Foto dan gambar 2  
(Sumber: freepik.com/@zhangyang135769)

#### b. Strategi Visual

Dalam perancangan *feed* Instagram Peduli Sungai Surabaya ini, strategi visual yang dipakai adalah dengan menyatukan segala komponen visual yang dirancang sebelumnya kedalam satu konsep desain utuh yang telah dibuat. Untuk menyatukan semua komponen tersebut menggunakan kombinasi *software* Corel Draw, pembuatan desain ini menggunakan teknik desain vector dengan tujuan menciptakan efisiensi selama proses mendesain karena penggunaan *software* yang lebih ringan, dan tetap menghasilkan gambar dengan resolusi tinggi.

Dalam mengembangkan *feed* Instagram ini, tidak lepas dari prinsip konstanta dan variabel dalam desain yang dapat dilihat dari unsur penyama dan pembeda (Islam, 2018).

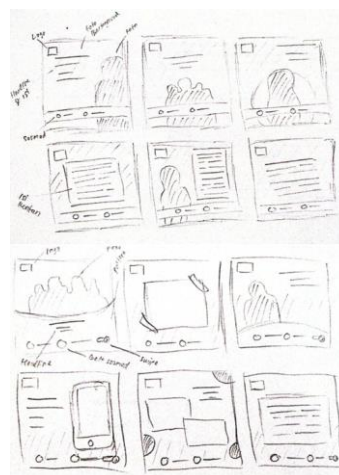
#### c. Konsep Media

Dalam perancangan ini, fokus media yang dipilih dalam perancangan adalah fitur dalam

Instagram yaitu *feed*. Fitur *feed* Instagram dipilih sebagai media utama dalam perancangan karena merupakan *platform* yang ideal untuk menyampaikan kampanye sosial dalam bentuk desain grafis. Selain itu, dalam *feed* Instagram juga disediakan fitur supaya audiens bisa berinteraksi dengan akun yang mempublikasi informasi dalam *feed* Instagram tersebut, fitur interaksi dalam *feed* yang disediakan oleh pihak Instagram antara lain berupa *Like*, *Comment*, dan *Share*. Fitur *Like* dapat bermanfaat untuk meninjau seberapa tertariknya audiens terhadap konten dalam *feed* yang dipublikasi. Kemudian fitur *Comment* dipakai untuk audiens menyampaikan sesuatu melalui teks yang berhubungan dengan respon terhadap informasi yang ditampilkan dalam *feed*, respon tersebut bisa berupa sanggahan, atau masukan untuk pengembangan konten yang lebih menarik kedepannya. Terakhir adalah fitur *Share*, fitur tersebut dapat digunakan audiens untuk membagikan konten *feed* kepada teman dekatnya. Dengan tersebar luasnya konten *feed* yang telah dibuat, maka program kampanye sosial bisa menjangkau lebih banyak audiens.

#### 1) Penjaringan Ide Desain

untuk membantu mengumpulkan ide yang telah diperoleh adalah dengan pembuatan thumbnail desain. Thumbnail dibuat dengan sketsa manual menggunakan kertas dan pensil untuk membuat beberapa alternatif desain yang sebelumnya telah didiskusikan oleh tim dari Peduli Sungai Surabaya.

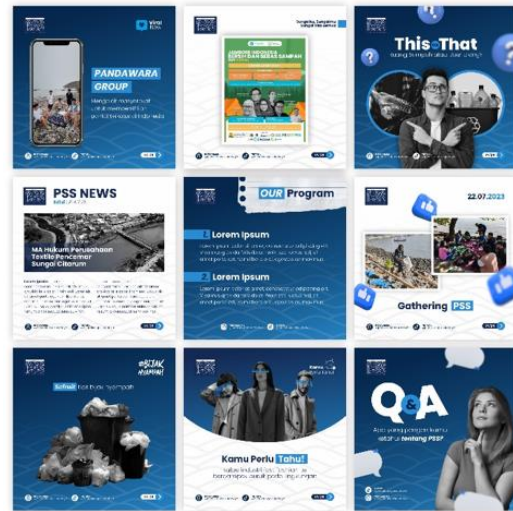


**Gambar 11.** Proses Thumbnail  
(Ilustrasi oleh: A. Valahan, 2023)



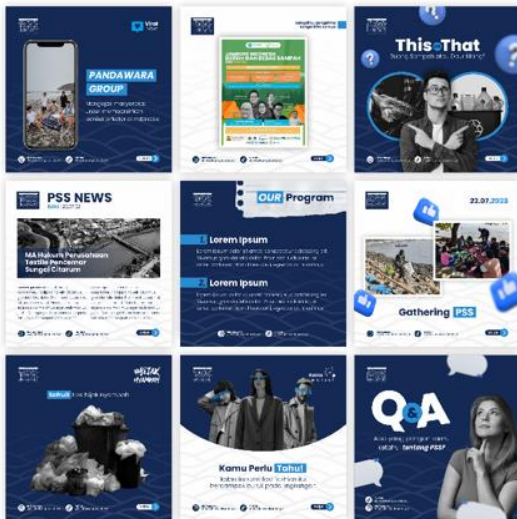
## 2) Pengembangan Visual

Dalam tahap pengembangan visual desain feed Instagram Peduli Sungai Surabaya, penjaringan ide yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya berupa *thumbnail* akan diseleksi terlebih dahulu dan kemudian dibuat *tight tissue* berupa rancangan desain dalam bentuk digital. Pada tahap ini, sketsa yang telah dibuat sebelumnya memasuki tahap digitalisasi menggunakan *software* desain vector Corel Draw, dalam tahap ini dibuat 2 opsi desain dengan kombinasi warna yang berbeda dan kemudian akan dipilih hasil yang *tight tissue* menjadi desain akhir yang pemilihan desain tersebut akan didiskusikan dengan pihak organisasi.



Gambar 13. *Tight Tissue* Desain Feed Alternatif 2 (Ilustrasi oleh: A. Valahan, 2023)

### d. Final Design



Gambar 12. *Tight Tissue* Desain Feed Alternatif 1 (Ilustrasi oleh: A. Valahan, 2023)

Setelah melalui tahapan *tight tissue* dan mendapatkan hasil desain akhir yang dipilih melalui diskusi dengan pihak Yayasan Peduli Sungai Surabaya, dipilihlah alternatif desain ke 1 yang memakai warna solid tanpa adanya gradasi. Pertimbangan dalam pemilihan alternatif desain ini karena untuk lebih menonjolkan kesan warna yg kuat dan konsisten sehingga dinilai lebih mewakili citra yang ingin ditunjukkan oleh organisasi tersebut. Kemudian, pilihan alternatif desain 1 itu dijadikan acuan dalam pembuatan desain konten yang isi kontennya telah disiapkan oleh tim Peduli Sungai Surabaya. Berikut adalah desain konten yang sudah siap untuk diupload ke Instagram:



Gambar 14. Final Design Instagram Preview (Ilustrasi oleh: A. Valahan, 2023)

**Pemeriksaan (Check)**

Dalam tahap pengecekan ini dibuat lembar validasi yang diberikan kepada bapak Edward selaku founder dari Canopus Kreasindo untuk dilakukan pengecekan secara visual seberapa valid desain untuk bisa dipublikasi. Canopus Kreasindo ini merupakan agensi yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur, berikut adalah hasil penilaian dari validator:

**Tabel 2. Uji Validasi Desain**

Aspek	Skor
	V
Layout	11
Tipografi	12
Warna	6
Elemen	3
<b>Total</b>	<b>32</b>

$$P = \frac{32}{36} \times 100\%$$

$$P = 88,8 \%$$

Dengan mengacu pada tabel persentase kategori penilaian yang telah ditulis pada bagian metode penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa desain perancangan feed Instagram Aktivis Peduli Sungai Surabaya yang telah dibuat oleh peneliti dengan persentase nilai 88.8% mendapat kategori sangat layak untuk dipublikasi.

**Tindakan (Action)**

Pada tahap action, tindakan diambil apabila ada masalah yang terjadi selama proses perancangan dilakukan, dalam perancangan ini masih belum ditemukan adanya masalah yang memiliki urgensi tinggi untuk diselesaikan sehingga tidak perlu adanya tindakan cepat yang perlu dilakukan, namun dalam proses kedepannya kalau ada masalah aksi ini juga bisa dilakukan secara independen oleh tim Peduli Sungai Surabaya.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang bisa didapatkan setelah melakukan semua proses penelitian dan perancangan untuk membuat kampanye sosial dengan membangun citra organisasi Peduli Sungai Surabaya sebagai organisasi lingkungan yang profesional di bidangnya dan untuk memfasilitasi postingan konten setiap hari dengan konsisten, maka diperlukan teknik perancangan feed Instagram Peduli Sungai Surabaya. Dalam perancangan ini, teknik yang dipakai adalah Siklus Deming atau metode PDCA (Plan, Do, Check, Action).

Pemilihan metode perancangan menggunakan Siklus Deming atau PDCA (Plan, Do, Check, Action) karena metode ini memiliki tahap untuk menyempurnakan secara berkelanjutan melalui tahap Check (Pemeriksaan) dan Action (Tindakan) untuk menjaga kualitas dalam tiap desain yang dibuat jika diperlukan. Sehingga dalam setiap desain yang diupload dapat selalu dipantau dan dapat dilakukan aksi tertentu apabila konten tersebut dinilai memiliki kekurangan dan berpotensi menimbulkan masalah kedepannya.

Saran yang diberikan oleh validator media adalah membuat design guideline untuk memberikan batasan kepada desainer feed Instagram Peduli Sungai Surabaya tentang standard desain feed setelah dilakukan perancangan, supaya dalam desain berikutnya tetap ada konsistensi dan tidak keluar dari standard perancangan yang dibuat sebelumnya. Dalam desain guideline itu dimasukkan prosedur standard penggunaan logo, grid, warna, jenis font, dan elemen visual yang diimplementasikan dalam desain feed Instagram Peduli Sungai Surabaya, dengan adanya design guideline ini siapapun desainer yang akan melanjutkan desain feed ini kedepannya, akan tetap menghasilkan desain yang konsisten.

## REFERENCES

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Anggraini, L., & Nathalia, K., (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Abdurrahman. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Antar, Venus. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.
- Anggriani S, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual dasar-dasar panduan untuk pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia
- Ambrose, Gavin. Harris, Paul. (2005). *Basic Design 02: Layout*. Worthing UK: AVA Publishing.
- (Franedy, R. 30 Juli, 2020. "Zuckerberg Beli Instagram Karena Facebook Takut Kalah Saing?". Dalam *cnbcindonesia.com*)  
<https://surabaya.inews.id/read/243469/mengenal-sejarah-sungai-kalimas-yang-pernah-menjadi-jalur-perdagangan-voc>  
<https://tirto.id/sejarah-peradaban-lembah-sungai-nil-dan-peninggalannya-gso8>  
<https://kumparan.com/kumparantravel/terkotor-di-dunia-kenapa-sungai-gangga-tetap-disucikan-umat-hindu-india-1zLg7ZUD6KB/1>  
<https://www.liputan6.com/surabaya/read/4392750/sejarah-kali-jagir-upaya-belanda-cegah-banjir-di-surabaya>  
<https://www.kompas.com/edu/read/2022/05/31/103951971/berapa-lama-orang-indonesia-menggunakan-internet-setiap-hari?>  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat-globalnya>  
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3565571/perjalanan-sukses-instagram-menuju-1-miliar-pengguna>  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200730154800-37-176607/zuckerberg-beli-instagram-karena-takut-facebook-kalah-saing>
- Islam, M. A. (2018). *Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media*

- Publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 2580–8753.
- Kurnia, T. 21 Juni, 2018. “Perjalanan Sukses Instagram Menuju 1 Miliar Pengguna”. Dalam *Liputan6.com*
- Kajianpustaka.com. 2019. Pengertian, Teknik dan Jenis Kampanye. (Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/01/pengertian-jenis-dan-teknikkampanye.html> pada tanggal, 13 Oktober 2020: 13:25).
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- M.Nur, Nasution, 2015. *Manajemen Mutu Terpadu Edisi Ketiga (Total Quality Management)*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rustan, S. (2008). *Layout, Gasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.