

ANALISIS PRINSIP LAYOUT TOM LICHTY PADA FEED INSTAGRAM WARDAH

Elma Rashida Ats Tsabitah¹, Tri Cahyo Kusumandyoko²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: elmarashida.20031@mhs.unesa.ac.id

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

Abstrak

Instagram sebagai urutan pertama platform media sosial favorit yang banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu brand, salah satunya Wardah. Feed Instagram yang dengan tema yang teratur akan tampil lebih konsisten dan memperkuat citra merek. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kualitatif deskriptif dengan objek penelitian 12 tampilan feed Wardah pada tanggal 25 April 2024. Penelitian ini menggunakan teori kritik seni Feldman yang terdiri dari empat tahapan yaitu deskripsi, analisis, interpretasi, dan evaluasi. Pada tahap interpretasi, akan dianalisis menggunakan teori layout Tom Lichty. Hasil dari analisis visual pada layout feed Instagram Wardah diperoleh bahwa tatanan feed tersebut telah menerapkan prinsip proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan. Dengan dominan menggunakan warna pastel. Tetapi palet warna yang digunakan masih belum mencerminkan identitas Wardah, sehingga terdapat rekomendasi pada 12 feed untuk lebih mencerminkan identitas Wardah sehingga terlihat lebih konsisten.

Keywords: Layout, Feed, Instagram

Abstract

Instagram is the first favorite social media platform that is widely used to promote a brand, one of which is Wardah. An Instagram feed with a regular theme will appear more consistent and strengthen the brand image. The method used in this research is a descriptive qualitative method with research objects of 12 Wardah feed displays on April 25 2024. This research uses Feldman's theory of art criticism which consists of four stages, namely description, analysis, interpretation and evaluation. At the interpretation stage, it will be analyzed using Tom Lichty's layout theory. The results of visual analysis of Wardah's Instagram feed layout show that the feed layout applies the principles of proportion, balance, contrast, rhythm and unity. Dominantly using pastel colors. However, the color palette used still does not reflect Wardah's identity, so there are recommendations for 12 feeds to better reflect Wardah's identity so that it looks more consistent.

Keywords: Layout, Feed, Instagram

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dengan perkembangan zaman, kehadiran media di era digital semakin beragam dan berkembang. Media sosial adalah media online yang dapat digunakan untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dengan mudah. Seperti blog, jejaring media sosial, wiki, dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Berdasarkan sumber dari

wearesocial.com (2024), Instagram menempati urutan keempat setelah Facebook, Youtube, dan Whatsapp sebagai media sosial yang paling banyak dipakai di dunia. Meskipun Instagram menempati urutan ke empat sebagai media sosial yang sering digunakan, tetapi Instagram menjadi urutan pertama pada platform media sosial favorit di dunia. Instagram menjadi salah satu media komunikasi bagi para pengusaha atau pebisnis

yang ingin mempromosikan produknya kepada konsumen melalui konten foto atau video yang diunggah pada akun Instagram pribadi mereka. Hal tersebut banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha dan pebisnis yang mempromosikan brandnya melalui Instagram dan menggunakan fitur iklan pada Instagram.

Kegiatan promosi akan menunjukkan dan mengukur keberhasilan strategi pemasaran pada perusahaan (Hulima, dkk, 2021). Salah satu dari jenis brand yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yaitu brand kosmetik dan skincare. Tidak sedikit juga brand lokal kosmetik dan skincare yang menggunakan Instagram sebagai media promosi salah satunya Wardah. Wardah merupakan merek kosmetik alami Indonesia yang didirikan pada tahun 1995 di bawah naungan PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI).

Memperkuat branding dalam industri kreatif dapat dilakukan dengan memperhatikan keteraturan tema, konten dan unggahan feed Instagram, sehingga dapat memberikan kesan yang baik dan menarik kepada seseorang yang mengunjungi feed Instagram tersebut (Wijaya, 2023). Dalam media sosial yang semakin kompetitif, memiliki feed Instagram yang menarik dan teratur dapat meningkatkan para pengguna lain berkunjung pada laman Instagram akun tersebut, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra merek.

Tetapi dalam keadaan yang nyata pada lapangan, brand-brand yang telah berdiri sejak lama atau baru masih banyak yang inkonsisten pada tatanan feed Instagram mereka. Dengan memiliki jumlah pengikut yang banyak dan memiliki branding yang kuat, sepatutnya Wardah mengunggah konten pada feed Instagram dengan konten yang terstruktur, menarik secara visual dan enak dipandang. Dengan begitu Wardah dapat menentukan tone warna atau tema yang sesuai dengan brand Wardah dan menyusun feed tersebut secara rapi dan menarik.

Tatanan feed Instagram Wardah pada tanggal 25 April 2024, Wardah masih inkonsisten dalam menentukan warna dan tema pada beberapa feed yang diunggah.

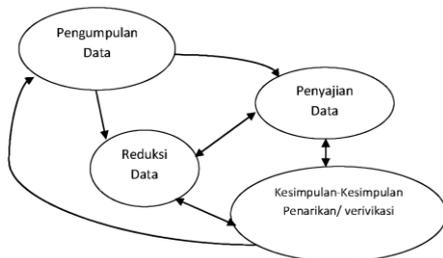
Maka dari itu penelitian pada layout feed Instagram Wardah (@wardahbeauty) akan dianalisis menggunakan teori kritik seni menurut Edmund Burke Feldman pada bukunya yang berjudul *Practical Art Criticism*, yang terdiri dari empat tahapan yaitu deskripsi, analisis, interpretasi, dan penilaian atau evaluasi. Pada tahap ketiga interpretasi, akan dianalisis menggunakan teori layout oleh Tom Lichy pada buku *Design Principles for Desktop Publishers* menurut Kusrianto dalam (Swandawidharma, 2015) yang terdiri dari proporsi (proportion), keseimbangan (balance), kontras (contrast), irama (rhythm), dan kesatuan (unity). Setelah itu akan terdapat contoh atau rekomendasi bagaimana agar layout feed pada Instagram terlihat konsisten.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana hasil analisis layout pada feed Instagram Wardah dan bagaimana tatanan layout feed Instagram Wardah agar terlihat lebih konsisten dan sesuai dengan teori layout dari Tom Lichy. Dengan tujuan yang pertama untuk mengidentifikasi dan menganalisis konten feed Instagram Wardah menggunakan model of art criticism dari Feldman, dengan tahap tiga (interpretasi) dari Tom Lichy. Yang kedua untuk membuat rekomendasi layout Instagram Wardah agar sesuai menurut teori Tom Lichy dan terlihat lebih konsisten. Terdapat batasan masalah pada penelitian ini yaitu fokus pada media sosial Instagram dengan nama akun @wardahbeauty terhadap tampilan 12 feed pada tanggal 25 April 2024 dengan unggahan foto dan tidak membahas reels atau video.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Masalah deskriptif adalah jenis masalah yang menuntun peneliti untuk mengeksplorasi atau menganalisis situasi sosial yang akan diteliti secara komprehensif, rinci, dan mendalam (Sugiyono, 2013:209). Penelitian ini menggunakan teori kritik seni menurut Edmund Burke Feldman pada bukunya yang berjudul *Practical Art Criticism*, yang terdiri dari empat tahapan yaitu deskripsi, analisis, interpretasi, dan penilaian atau evaluasi. Pada tahap ketiga

interpretasi, akan dianalisis menggunakan teori layout pada buku *Design Principles for Desktop Publishers* menurut Tom Lichy yang terdiri dari proporsi (proportion), keseimbangan (balance), kontras (contrast), irama (rhythm), dan kesatuan (unity). Menurut Miles & Huberman dalam (Praditia, 2013) terdapat empat alur kegiatan analisis yang saling berkaitan terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.



Gambar 1. Komponen Analisis Data
(Sumber: Diyati & Muhyadi, 2014)

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Subjek penelitian adalah individu, tempat, atau benda yang diamati sebagai sumber data dari suatu penelitian. Dengan subjek akun Instagram @wardahbeauty dan objek pada desain konten feed Instagram @wardahbeauty berupa foto. Penelitian ini hanya akan berfokus pada 12 tampilan feed pada tanggal 25 April 2024.

KERANGKA TEORETIK **Instagram sebagai Media Promosi**

Instagram telah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang mencari cara baru untuk memasarkan produk dan terhubung dengan pengikut mereka (Walter & Gioglio, 2014:91). Khususnya bagi perusahaan yang memiliki pelanggan sebagai pengguna aktif Instagram yang selalu mengikuti update dari unggahan Instagram perusahaan tersebut (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Konten Visual sebagai Strategi Pemasaran

Menurut Simarmata (2010:23) Konten adalah subjek, jenis, dan unit informasi digital. Konten dapat berupa teks, gambar, grafis,

video, suara, dokumen, laporan, dan lain-lain yang dapat dikelola dalam format elektronik. Visual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dengan indera penglihatan yaitu mata. Konten visual melibatkan semua bentuk visual, seperti gambar, video, grafik, dan ilustrasi. Konten visual sebagai salah satu komponen dalam strategi pemasaran, secara umum manusia lebih mudah menerima dan tertarik dengan informasi yang disajikan secara visual. Konten visual dapat menarik perhatian, meningkatkan pemahaman, menciptakan hubungan emosional, meningkatkan brand awareness, dan meningkatkan seseorang untuk mengambil tindakan seperti membeli produk atau mengunjungi situs web.

Peran Elemen dan Unsur Desain Komunikasi Visual dalam Perancangan Konten pada Instagram

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari teori komunikasi dan ekspresi artistik yang diaplikasikan pada berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis, yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan layout. Yang bertujuan untuk menyampaikan pesan, arti dan makna dalam bentuk visual kepada target audiens yang dituju (Tinarbuko, 2015:5). Dalam buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan”, Ricky W Putra berpendapat bahwa elemen-elemen desain terdiri dari titik, garis, bidang, tekstur, ruang, dan warna (Putra, 2021:9).

Tipografi pada Perancangan Konten Instagram

Tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan huruf atau aksara (karakter/aksara/type/typeface), tipografi merupakan seni dan teknik merancang dan menyusun huruf yang berhubungan dengan penyusunan publikasi visual, baik secara cetak maupun non-cetak (Kusrianto, 2013:1). Menurut (Sihombing, 2001:78) dalam sebuah desain grafis atau tipografi, penggunaan jumlah jenis huruf yang akan digunakan harus diperhatikan sesuai dengan kebutuhan desain. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, tipografi adalah proses pemilihan jenis huruf

dari berbagai jumlah huruf yang tersedia dan menggabungkan sejumlah kata dalam ruang yang tersedia (Maharsi, 2013:2). Jika diperhatikan struktur bentuk hurufnya, jenis-jenis tipografi dikelompokkan sebagai berikut:

a. *Serif*

Memiliki kesan klasik, elegan, dan profesional. Yang termasuk pada font serif adalah times new roman, garamond, dan georgia.

b. *Slab Serif*

Font ini memiliki kesan kokoh, kuat, dan stabil. Yang termasuk pada font slab serif yaitu rockwell, carendon, dan courier.

c. *Sans Serif*

Font sans serif ini memiliki kesan modern, sederhana, dan efisien. Yang termasuk pada font sans serif adalah helvetica, univers, dan akzidenz grotesk.

d. *Script*

Memiliki kesan pribadi, artistik, dan elegan. Yang termasuk pada font script adalah segoe script, lucida handwriting, dan vivaldi.

e. *Dekoratif*

Memberikan kesan unik, kreatif, dan tidak konvensional. Yang termasuk pada font dekoratif adalah walt disney, jokerman, dan curlz MT.

Ilustrasi dalam Perancangan Konten Instagram

Seluruh elemen visual yang dipadukan menjadi ilustrasi harus dapat mewakili makna dan memperjelas informasi. Ada tiga teknik yang digunakan dalam ilustrasi, yaitu digital, fotografi, dan tulisan tangan (Andhita, 2021:49). Dengan kata lain, ilustrasi berarti cara untuk seseorang mampu menerjemahkan suatu konsep atau ide abstrak ke dalam bentuk visual.



Gambar 2. Ilustrasi pada Konten Instagram (Sumber:Instagram.com, 2024)

Fotografi dalam Perancangan Konten Instagram

Fotografi merupakan cara untuk menghasilkan foto suatu benda atau subjek dari pantulan cahaya yang mengenai benda atau subjek tersebut yang direkam pada media yang peka pada cahaya dengan menggunakan kamera (Karyadi, 2017:6). Fotografi juga merupakan komponen dalam perancangan konten Instagram, dengan menggunakan teknik fotografi yang tepat dan memilih jenis foto yang sesuai, unggahan Instagram dapat menarik secara visual dan menarik perhatian.



Gambar 3. Fotografi pada Konten Instagram (Sumber:Instagram.com, 2024)

Simbolisme dalam Perancangan Konten Instagram

Simbol sebenarnya dapat berubah maknanya, dengan demikian makna simbolik suatu benda atau tindakan dapat dipahami menurut kapan, di mana, dan bagaimana penggunaannya (Sujata, 2022:10). Logo selalu berbentuk simbol, simbol selalu mengacu pada suatu ide atau makna. Keberadaan logo bertujuan untuk menyampaikan suatu ide atau makna dari suatu perusahaan. Logo selalu merupakan desain atau tampilan visual yang berfungsi sebagai penanda yang membedakannya dengan perusahaan atau instansi lain (Suprayogo, 2016:18).



Gambar 4. Simbol pada Produk Baru (Sumber:Instagram.com, 2024)

Layout

Menurut Graham (2005) tata letak atau layout menduduki peranan yang sangat fundamental dalam segala bentuk desain komunikasi visual karena layout sangat berhubungan erat dengan tatanan keseluruhan elemen visual dalam desain (Kurnianto, 2013). Menurut Tom Lichy dalam Kusrianto, 2007:277 dalam (Swandawidharma, 2015) prinsip layout yang baik selalu mengacu pada lima prinsip utama dalam desain, yaitu proporsi (proportion), keseimbangan (balance), kontras (contrast), irama (rhythm), dan kesatuan (unity).

a. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi dapat juga disebut dengan kesepadanan atau serasi agar lebih indah saat dipandang.

b. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan pemerataan berat, baik secara visual maupun optik. Pada keseimbangan tersebut dapat dikatakan simetris dan asimetris.

c. Kontras (*Contrast*)

Kontras adalah prinsip yang digunakan untuk menentukan perbedaan visual antara elemen-elemen desain (Setiawan, 2023:4).

d. Irama (*Rhythm*)

Irama adalah pola tata letak yang dibuat dengan memilih secara cermat setiap elemen visual satu per satu, irama dapat diulang atau dapat divariasikan (Zuhri, 2019). Irama dapat berupa reguler, statis dan dinamis.

e. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip yang digunakan untuk menggabungkan semua elemen desain menjadi satu kesatuan yang seimbang dan harmonis (Setiawan, 2023:3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif

Pada unggahan pada 12 tampilan feed tanggal 25 April 2024 mencakup banyak jenis konten seperti, konten promosi, konten sosial, konten inspirasi gaya, konten edukatif, dan konten interaktif. Pada beberapa unggahan terdapat unggahan slide yang tidak hanya merupakan jenis konten promosi tetapi juga jenis konten edukatif. Dengan aspek rasio 1:1 atau 1080x1080 piksel, aspek rasio 4:5 atau

1080x1350 piksel, dan aspek rasio 16:9 atau 1080x1920 piksel.



Gambar 5. Tampilan feed 12 unggahan Instagram Wardah pada tanggal 25 April 2024 (Sumber:Instagram.com, 2024)

Analisis Formal

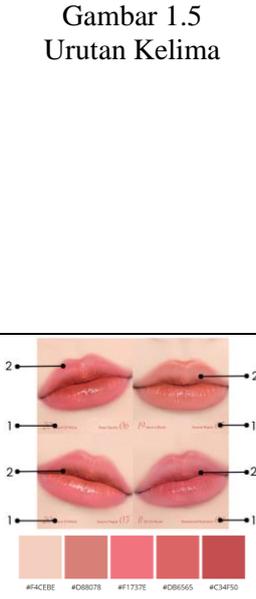
Tabel 1. Analisis Formal

Urutan Unggahan	Analisis Formal
<p>Gambar 1.1 Urutan Pertama</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipografi, tipografi yang terdapat pada slide pertama sampai slide terakhir atau slide 5 menggunakan jenis font sans serif. 2. Fotografi, jenis fotografi yang digunakan yaitu white backgrounds shot. 3. Garis, penggunaan elemen garis hanya digunakan pada slide pertama, yang berada di bawah teks “EASY GUIDE” 4. Ruang, dengan produk Wardah sebagai foreground dan bagian putih di belakang sebagai background. 5. Bentuk, pada slide 2, 3, 4, dan 5 terdapat bentuk persegi panjang, dengan memberi penegasan pada

 <p>Slide 1</p> <p>#E7E7E7 #DCDCDC #719DBF #306A98</p>	<p>informasi atau pesan yang disampaikan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipografi, tipografi yang digunakan pada slide pertama hingga slide terakhir yaitu menggunakan jenis font sans serif. 2. Ilustrasi, pada slide pertama terdapat ilustrasi pita pada bagian atas teks. 3. Tekstur, pada slide pertama dan terakhir menggunakan tekstur kertas. 4. Fotografi, fotografi terdapat pada slide 2, 3, 4, 5, 6, 7 dengan portrait fotografi yang menggunakan half body shot. 5. Symbolisme, terdapat simbolisme atau logo pada setiap slide kecuali pada slide pertama.
 <p>#FFFFFF #0C9BA #CC9E72 #9954A #4D3E23</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipografi, tipografi yang digunakan menggunakan dua jenis font yaitu serif dan sans serif dengan setiap kata yang dikapitalkan. Pada kata “L’officiel” menggunakan font serif. Pada kata dan kalimat yang lainnya menggunakan font sans serif. 2. Fotografi, fotografi yang digunakan yaitu menggunakan jenis

Gambar 1.2 Urutan Kedua

Gambar 1.3 Urutan Ketiga

 <p>#D988E3 #E7728B #E75856 #D9C5E0 #D5DBEB</p>	<p>fotografi portrait.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipografi, tipografi pada unggahan tersebut menggunakan font serif dengan efek 3D. 2. Fotografi, fotografi yang digunakan pada unggahan tersebut yaitu jenis fotografi portrait dengan close up shot yang lebih fokus pada muka bagian bawah atau pada area bibir dengan warna merah atau koral yang berkilau atau mengkilap.
 <p>#9B5869 #8E3AA7 #C4AA9B #E44CDD #D97889</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipografi, tipografi yang digunakan yaitu jenis font sans serif dengan menggunakan efek 3D yang berkilau. 2. Ilustrasi, ilustrasi yang terdapat pada unggahan visual tersebut yaitu terdapat ilustrasi 3D.
 <p>#FACEBE #D88078 #F1737E #D85665 #C34F5D</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Fotografi, fotografi pada unggahan tersebut yaitu pada bangunan yang menjadi background. 1. Tipografi, Tipografi yang digunakan pada unggahan tersebut yaitu adanya teks yang digunakan untuk penomoran warna lip cream dan nama lip cream tersebut, dengan menggunakan font

Gambar 1.4 Urutan Keempat

Gambar 1.5 Urutan Kelima

Gambar 1.6 Urutan Keenam

serif.
2. Fotografi yang digunakan yaitu dengan fotografi portrait dengan close up shot yang lebih difokuskan pada bibir.



Gambar 1.7
Urutan Ketujuh

1. Tipografi, Tipografi yang digunakan pada teks dengan tulisan “Discover Your Perfect”

menggunakan font serif yang terkesan modern.

2. Fotografi, fotografi yang digunakan yaitu dengan fotografi portrait dengan close up shot yang lebih fokus pada bibir untuk memperjelas warna pada lip produk Wardah.

3. Symbolisme, symbolisme atau logo terdapat pada slide 2, 3, 4, dan 5 yang terletak pada bagian kiri atas.

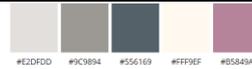
4. Ilustrasi, ilustrasi yang digunakan pada slide 2, 3, 4, dan

5 yaitu ilustrasi 3D yang berbentuk bulat. 5. Ruang, ruang yang terdapat pada slide 2, 3, 4, dan 5 terdapat pada background.



1. Tipografi, font yang digunakan yaitu terdapat dua jenis font, font serif dan sans serif.

2. Fotografi, fotografi pada



Gambar 1.8
Urutan Kedelapan

unggahannya tersebut menggunakan jenis fotografi portrait dengan full body shot.

3. Symbolisme, symbolisme atau logo terdapat pada bagian kanan atas gambar.



Gambar 1.9
Urutan Kesembilan

1. Tipografi, pada slide pertama tipografi yang digunakan menggunakan font sans serif, tetapi pada teks “color” gaya teks dimiringkan, yang berbeda dengan teks “Personal” dan “Analysis”.

2. Fotografi, pada slide pertama fotografi yang ditonjolkan pada unggahan ini yaitu pada produk lip Wardah yang menunjukkan tekstur dan warna yang ada pada produk tersebut dengan menggunakan jenis fotografi white backgrounds shots.

3. Ilustrasi, ilustrasi yang digunakan pada slide 1, 2, dan 3 menggunakan efek 3D dengan ilustrasi pita pada slide 1, dan bulat pada slide 2 dan 3.

4. Ruang, dengan background yang berwarna merah muda dan putih yang dipadukan.

5. Symbolisme, symbolisme atau logo

terdapat pada semua slide pada bagian atas kanan.
 6. Garis, garis yang terdapat pada slide 2 dan 3 yaitu pada bagian font sebagai penjelas pada pesan yang disampaikan.
 7. Bentuk, bentuk terdapat pada slide 2 dan 3, pada slide 2 terdapat bentuk persegi panjang dan oval. Sedangkan pada slide 3 terdapat bentuk persegi panjang.



Gambar 1.10
Urutan Kesepuluh



1. Tipografi, font yang digunakan yaitu jenis font serif dan sans serif. Pada teks “Campus Roadshow” dan “&” menggunakan font serif dengan ukuran yang lebih kecil.
 2. Fotografi, Fotografi yang digunakan yaitu menggunakan jenis fotografi manusia dengan kategori portrait dengan half body shot.
 3. Bentuk, bentuk yang digunakan pada unggahan ini yaitu menggunakan bentuk lingkaran.
 4. Simbolisme, simbolisme atau logo terdapat pada bagian kiri atas

1. Fotografi, jenis fotografi yang digunakan pada unggahan ini yaitu menggunakan jenis fotografi portrait.



Gambar 1.11
Urutan Kesebelas



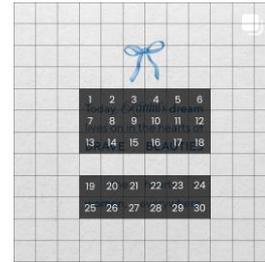
Gambar 1.12
Urutan Keduabelas

2. Simbolisme, simbolisme atau logo hanya terdapat pada slide pertama yang terletak pada bagian kiri atas.
 3. Tipografi menggunakan jenis font serif dan sans serif.
 4. Ilustrasi, ilustrasi pada slide 4 dan 5 terdapat ilustrasi love dengan efek 3D. Pada slide 6 terdapat ilustrasi love dan cerry dengan efek 3D.
 5. Bentuk, terdapat bentuk oval pada slide 4, 5, dan 6. Pada slide 7 terdapat bentuk love dan bintang.
 6. Garis, terdapat garis lengkung pada slide 6 dan 7.

1. Tipografi, tipografi yang digunakan pada unggahan ini yaitu jenis font serif dan sans serif. Pada teks “Campus” menggunakan font serif dan pada teks “Roadshow” menggunakan font sans serif.
 2. Fotografi ini menggunakan fotografi manusia dengan kategori portrait half body shot.
 3. Ilustrasi, terdapat ilustrasi cerry dengan efek 3D pada bagian teks.
 4. Garis, terdapat garis lengkung dan

	<p>garis lurus pada sekitar produk Wardah.</p> <p>5. Bentuk, terdapat bentuk oval pada bagian bawah teks “Roadshow”.</p> <p>6. Simbolisme, simbolisme atau logo terdapat pada bagian kiri atas gambar.</p>
--	--

Kesatuan yang ada pada unggahan ini yaitu pada semua elemen desain yang terkandung di dalamnya seperti foto produk jar krim, tipografi, dan latar belakang.



Gambar 7. Urutan Kedua
(Sumber: Instagram.com, 2024)

Interpretasi

Tom Lichy yang merupakan seorang desainer grafis yang memberikan rekomendasi mengenai tata letak atau layout dalam desain grafis dan publikasi pada bukunya yang berjudul *Design Principles for Desktop Publishers*. Menurut Tom Lichy prinsip tata letak atau layout meliputi: proporsi, keseimbangan, kontras, irama, kesatuan.



Gambar 6. Urutan Pertama
(Sumber: Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Proporsi pada tipografi terdapat 12% teks dan 88% fotografi.
- b. Keseimbangan
Pada unggahan ini menunjukkan keseimbangan secara asimetris.
- c. Kontras
Pada penggunaan warna yang berbeda pada latar belakang dan produk, sehingga membuat produk lebih terlihat dan mudah dikenali.
- d. Irama
Pada unggahan ini irama atau pengulangan terdapat pada repetisi pada foto produk jar Wardah dengan posisi yang sama, tetapi ditempatkan pada sudut yang berbeda.
- e. Kesatuan

- a. Proporsi
Secara visual unggahan di atas menerapkan proporsi. Proporsi yang terlihat pada desain ini yaitu pada distribusi ukuran teks dan elemen grafis yang ada. Proporsi pada tipografi terdapat 21% teks dan 79% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Keseimbangan pada desain ini menunjukkan keseimbangan simetris.
- c. Kontras
Kontras pada desain ini dapat terlihat dari penggunaan warna biru pada teks dan elemen grafis dalam desain ini.
- d. Irama
Irama yang ada dalam desain ini kurang terlihat, karena desain ini lebih sederhana dan lebih statis yang memiliki lebih sedikit elemen ritmis.
- e. Kesatuan
Kesatuan yang ada dalam desain ini terlihat jelas, dengan tampilan yang menyatu dan harmonis.



Gambar 8. Urutan Ketiga
(Sumber: Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi

Proporsi pada tipografi terdapat 22% teks dan 78% elemen lainnya.

- b. Keseimbangan
Pada desain ini keseimbangan yang ada yaitu asimetris.
- c. Kontras
Teks menggunakan warna #ffffffe dan *background* dengan warna #d3c6b6, dengan menggunakan standar kontras dari <https://coolors.co> mendapatkan kontras dengan skor 1,68.
- d. Irama
Pada desain ini irama yang ada, terdapat pada motif pada topi dan lipatan dari pakaian model yang dapat menciptakan aliran visual yang lembut.
- e. Kesatuan
Kesatuan merupakan kesan yang membuat desain terlihat koheren dan harmoni.



Gambar 9. Urutan Keempat
(Sumber:Instagram.com, 2024)

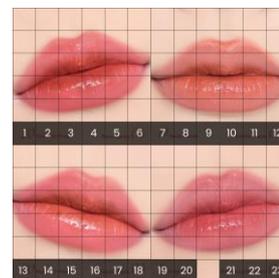
- a. Proporsi
Proporsi wajah yang ditampilkan membuat bibir menjadi fokus utama. Proporsi pada tipografi terdapat 13% teks dan 87% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Keseimbangan pada desain ini bersifat asimetris.
- c. Kontras
Kontras yang terdapat dalam desain ini terlihat pada warna dan tekstur.
- d. Irama
Pada lipatan hijab di bagian bawah dan garis-garis halus pada kulit. Selain itu, bibir yang penuh dan berkilau juga menciptakan fokus visual yang kuat dan mengarahkan mata untuk melihat ke arah teks.
- e. Kesatuan
Kesatuan dalam desain ini terdapat pada kesatuan warna kulit, putih, dan merah

digunakan secara konsisten pada seluruh desain, dan elemen pendukung digunakan untuk menciptakan kesatuan.



Gambar 10. Urutan Kelima
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Gedung-gedung yang ada pada latar belakang ditampilkan dalam ukuran yang lebih kecil untuk menciptakan kedalaman dan menyoroti produk lip Wardah tersebut. Proporsi pada tipografi terdapat 7% Teks dan 93% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Keseimbangan pada unggahan ini bersifat asimetris.
- c. Kontras
Kontras yang ada pada produk tersebut dapat membantu menonjolkan produk dan teks, selain itu juga dapat menarik perhatian audiens.
- d. Irama
Irama pada unggahan ini terdapat pada pengulangan garis vertikal dan horizontal dan bentuk pada gedung-gedung yang menghasilkan aliran visual yang konsisten.
- e. Kesatuan
Kesatuan pada warna merah muda, emas, dan biru digunakan secara konsisten, dan elemen-elemen yang saling mendukung digunakan untuk menciptakan kesan kesatuan.



Gambar 11. Urutan Keenam
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Proporsi bibir dengan teks yang seimbang, memastikan bahwa fokus tetap pada warna bibir sementara teks memberikan informasi yang disampaikan tanpa membebani gambar. Proporsi pada tipografi terdapat 16% dan 84% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Desain pada unggahan ini menerapkan keseimbangan simetris.
- c. Kontras
Kontras yang terdapat pada unggahan ini yaitu pada warna bibir yang menonjol kontras dengan warna latar belakang kulit yang cerah.
- d. Irama
Irama atau pola yang terdapat pada unggahan ini yaitu pada pola pengulangan pada teks dan gambar bibir.
- e. Kesatuan
Kesatuan yang terdapat pada unggahan ini yaitu elemen-elemen yang konsisten, seperti warna teks, ukuran, dan penempatan elemen yang dapat menciptakan kesatuan dalam desain ini.

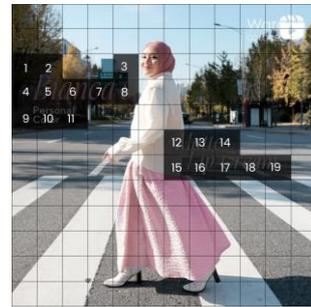


Gambar 12. Urutan Ketujuh
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Ukuran aplikator lip produk yang konsisten dengan bibir, menghasilkan proporsi yang realistis. Proporsi pada tipografi terdapat 8% teks dan 92% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Pada unggahan ini menggunakan keseimbangan yang simetris dengan grid 3x3 yang tertata rapi.
- c. Kontras

Kontras yang terdapat pada unggahan ini, yaitu pada warna bibir yang menonjol karena kontras dengan warna latar belakang atau warna kulit yang cerah.

- d. Irama
Aplikator lipstik dan pola pengulangan gambar bibir menunjukkan irama dalam desain ini.
- e. Kesatuan
Elemen-elemen yang konsisten, seperti warna teks, ukuran, dan penempatan elemen, dalam desain ini dapat menciptakan kesatuan.



Gambar 13. Urutan Kedelapan
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Proporsi pada unggahan ini, pada bagian teks dan gambar memiliki proporsi yang terorganisir dengan baik. Proporsi pada tipografi terdapat 13% teks dan 87% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Keseimbangan yang terdapat dalam desain ini yaitu menggunakan keseimbangan asimetris.
- c. Kontras
Terdapat kontras yang jelas pada warna pakaian yang dipakai menggunakan warna cerah (putih dan merah muda), sedangkan latar belakang yang gelap.
- d. Irama
Irama yang terdapat pada unggahan ini yaitu pada garis-garis dari zebra cross dan pohon-pohon yang ada di latar belakang.
- e. Kesatuan
Penggunaan font dan ukuran font yang pada teks “Bianca’s” dan “Matte Lip Cream” dapat membantu mempertahankan tampilan yang menyatu.



Gambar 14. Urutan Kesembilan
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Proporsi yang ada dalam unggahan ini tampak seimbang seimbang, dengan teks “Personal Color Analysis” dan produk Glasting Liquid Lip Wardah yang ditempatkan secara proporsional.
- b. Keseimbangan
Pada unggahan ini menerapkan keseimbangan asimetris.
- c. Kontras
Kontras yang terdapat dalam unggahan ini terlihat pada warna produk dan latar belakang.
- d. Irama
Penggunaan warna merah muda yang serupa di seluruh desain ini, dari warna latar belakang hingga produk bibir itu sendiri, menciptakan pengulangan dan kohesi.
- e. Kesatuan
Kesatuan desain dalam unggahan ini sangat baik, dengan semua elemen yang menyatu.



Gambar 14. Urutan Kesepuluh
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Proporsi pada unggahan ini yang menunjukkan pembicara (Nagita Slavina) sebagai elemen utama dengan

- ukuran yang dominan pada seluruh gambar. Proporsi pada tipografi terdapat 14% teks dan 86% elemen lainnya.
- b. Keseimbangan
Keseimbangan pada unggahan ini menerapkan keseimbangan asimetris.
- c. Kontras
Kontras yang terdapat dalam unggahan ini dapat terlihat dari warna dan tekstur pada foto.
- d. Irama
Irama yang terdapat pada unggahan ini yaitu terdapat pada mikrofon yang dipegang oleh pembicara yang menciptakan gerakan dinamis sehingga menarik perhatian pada ekspresi wajah pembicara.
- e. Kesatuan
Kesatuan dalam unggahan ini dapat tergambar dari elemen-elemen visual yang ada, seperti warna yang konsisten, dengan jaket merah muda yang cocok dengan latar belakang dan perabotan, menciptakan tampilan yang harmonis.



Gambar 15. Urutan Kesebelas
(Sumber:Instagram.com, 2024)

- a. Proporsi
Dalam gambar ini, ukuran mikrofon, vas bunga, dan elemen di sekelilingnya terlihat proporsional.
- b. Keseimbangan
Dalam gambar ini menunjukkan keseimbangan asimetris.
- c. Kontras
Kontras adalah tentang menciptakan perbedaan di antara berbagai elemen untuk membuatnya menonjol.
- d. Irama

Gambar ini menunjukkan pola ritme dalam pengulangan warna.

e. Kesatuan

Kesatuan yang terdapat dalam gambar ini yaitu pada penggunaan warna yang serupa (merah muda dan pastel) pada pakaian sang pembicara, bunga, dan latar belakang, menciptakan tampilan yang kohesif.



Gambar 16. Urutan Keduabelas (Sumber:Instagram.com, 2024)

a. Proporsi

Dalam desain ini, wajah subjek, produk yang dipegangnya, dan teks, semuanya berada dalam proporsi yang baik satu sama lain.

b. Keseimbangan

Dalam desain ini memiliki keseimbangan asimetris.

c. Kontras

Terdapat kontras yang kuat antara pakaian dan hijab berwarna netral dari subjek dan latar belakang yang cerah.

d. Irama

Dalam desain ini, irama terdapat pada pengulangan bentuk dan warna. Bentuk produk yang melingkar terulang kembali pada bentuk bulat pada wajah dan lekukan hijab.

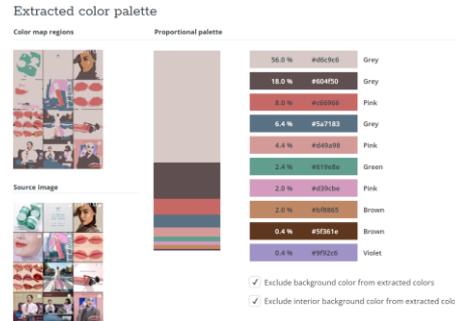
e. Kesatuan

Dalam desain ini kesatuan diciptakan dengan adanya warna yang konsisten dengan warna merah muda pada latar belakang dan elemen bentuk, dan abu-abu pada pakaian yang dipakai. Penempatan logo Wardah dan teks "Campus" "Roadshow" yang mendukung dan tidak mengalihkan perhatian dari subjek utama.

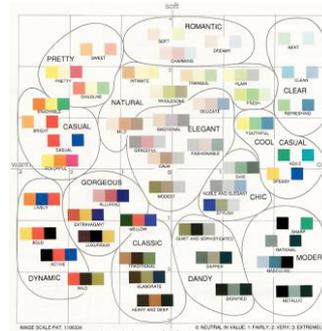
Evaluasi

a. Proporsi

Proporsi pada warna menurut <https://labs.tineye.com/> didominasi oleh warna grey #d6c9c6 56.0%. Warna pada 12 feed Instagram Wardah pada tanggal 25 April 2024 yaitu terdapat pada area natural dan elegant menurut Shigenobu Kobayashi pada skala gambar kombinasi warna dalam bukunya yang berjudul Color Image Scale.



Gambar 17. Proporsi pada Warna (Sumber: labs.tineye.com, 2024)



Gambar 18. Color Combination Image Scale oleh Shigenobu Kobayashi (Sumber: Pinterest.com, 2024)

b. Keseimbangan

Keseimbangan pada warna, penggunaan warna pastel yang lembut dengan dominan menggunakan warna merah muda. Keseimbangan pada fotografi, terdapat keseimbangan antara pengambilan gambar close up dan pengambilan gambar full body. Keseimbangan pada tipografi, teks diseimbangkan dengan menggunakan ukuran dan bobot font yang berbeda.

c. Kontras

Kontras pada warna, diperoleh melalui penggunaan warna cerah dengan warna pastel lembut, yang membantu menyoroti elemen penting seperti nama produk atau pesan lain yang ingin disampaikan. Kontras

pada fotografi, kontras antara gambar close up dan gambar yang lebih lebar menambah variasi visual dan membuat audiens tetap tertarik. Kontras pada tipografi, kontras dalam tipografi dibuat dengan memvariasikan ukuran dan bobot font, membuat pesan-pesan utama lebih menonjol.

d. Irama

Irama pada warna, pengulangan warna pastel lembut dengan warna cerah, menciptakan pola ritmis yang memandu mata pemirsa melalui tata letak.

e. Kesatuan

Kesatuan pada warna, palet warna pastel dan elemen yang menyatu sehingga menyatukan semua elemen, menciptakan tampilan keseluruhan yang harmonis. Kesatuan pada fotografi, gaya fotografi yang konsisten, dengan pencahayaan dan komposisi serupa, memastikan semua gambar terasa menjadi bagian dari keseluruhan gambar yang sama. Kesatuan pada tipografi, penggunaan font dan gaya teks yang sama pada seluruh tata letak menciptakan tampilan yang kohesif, membuat informasi mudah dibaca.

REKOMENDASI

Peneliti menggunakan warna hijau toska yang sama dengan warna pada website Wardah. Sehingga dengan menggunakan palet warna yang konsisten dan selalu menggunakan logo pada setiap unggahan, dapat meningkatkan identitas dari brand Wardah itu sendiri dan lebih terlihat konsisten. Pada rekomendasi tersebut juga terdapat konten yang berbeda, tetapi peneliti tetap menggunakan palet warna hijau toska pada warna background atau pada warna font, sehingga pada satu unggahan masih terdapat palet warna yang sama.



Gambar 19. Rekomendasi Layout Feed Wardah
(Sumber: Tsabitah, 2024)

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini pada 12 unggahan pada Instagram Wardah, dapat disimpulkan bahwa: Proporsi warna pada 12 feed Instagram Wardah pada tanggal 25 April 2024 yaitu terdapat pada area natural dan elegant menurut Shigenobu Kobayashi pada skala gambar kombinasi warna; Keseimbangan pada warna, penggunaan warna pastel yang lembut dengan dominan menggunakan warna merah muda; Kontras pada warna, diperoleh melalui penggunaan warna cerah dengan warna pastel; Irama pada warna, pengulangan warna pastel lembut dengan warna cerah, menciptakan pola ritmis; Kesatuan pada warna palet pastel dan elemen yang menyatu sehingga menyatukan semua elemen, menciptakan tampilan keseluruhan yang harmonis. Pada rekomendasi tatanan 12 feed Instagram Wardah dengan menggunakan warna hijau toska dapat meningkatkan identitas dari brand Wardah itu sendiri dan lebih terlihat konsisten.

Saran

Wardah dapat meningkatkan perencanaan susunan pada feed Instagramnya. Selain itu, Wardah juga dapat membuat panduan visual atau Graphic Standards Manual (GSM) sehingga dapat membangun identitas yang kuat. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat lebih memperluas penelitian yang belum dibahas dalam penelitian ini. Mahasiswa

desain komunikasi visual dapat menyesuaikan dengan teori yang ada pada keilmuan desain komunikasi visual dalam merancang sesuatu, terutama untuk konten pada Instagram.

REFERENSI

- Andhita, P.R. (2021). *Komunikasi Visual*. Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Archive.org. (2014). “Design Principles for Desktop Publishers” diakses tanggal 7 Mei 2024, dari https://archive.org/details/designprinciples0000lich_n9s0/mode/2up
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Karyadi, Bambang. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. Bogor: NahlMedia.
- Kurnianto, A. (2013). Analisis Layout Surat Kabar berdasarkan Prinsip-Prinsip Desain melalui Metode Estetika Birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986-994.
- Kusrianto, Adi. (2013). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Maharsi, Indira. (2013). *Tipografi: Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti*. Jakarta: Media Pressindo.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1 - 9.
- Praditia, A. (2013). Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putra, Ricky, W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiawan, Fran, A. (2023). *Desain Grafis untuk Sosial Media*. Yogyakarta: Creative Thinking Indiebooks.
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simarmata, Janner. (2010). *Rekayasa web*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujata, D. T. (2022). *Buku Ajar Simbol Visual Paticcasamuppada*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Suprayogo, Hasto. (2016). *Photoshop untuk Pekerja Kantoran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Swandawidharma, Y. E. (2015). *LKP: Perancangan Stationery Set Persatuan Golf Alumni-ITS di PT. Pendopo Agung Petrokoesoeman (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya)*.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual: Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Walter, E., & Gioglio, J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. New York: McGraw-Hill Education.
- Wearesocial.com. (2024). “Digital 2024” diakses tanggal 24 April 2024, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Wijaya, K. P. (2023, March). Feed Instagram Sebagai Upaya Penguatan Branding Dalam Industri Kreatif. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 6, pp. 327-336).
- Zuhri, S. (2019). *Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar di Sosial Media Instagram. Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram*.