

PERANCANGAN FEEDS INSTAGRAM WAWA FOOD & COOKIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Riza Iqbal Ghifari¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
riza.19011@mhs.unesa.ac.id.

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
asidigisiantipatria@unesa.ac.id

Abstrak

Wawa Food & Cookies merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Nganjuk yang menjual berbagai macam aneka kue lebaran. Kue lebaran Wawa Food & Cookies ini sangat dicari oleh masyarakat pada saat menjelang hari raya lebaran. Tetapi strategi pemasaran yang diterapkan masih menggunakan metode konvensional sehingga sulit menjangkau sasaran yang lebih luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu UMKM Wawa Food & Cookies dalam mempromosikan produk ke jangkauan yang lebih luas dengan menggunakan desain feeds instagram yang kemudian akan diupload melalui Instagram. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menonjolkan landasan teori berdasarkan fakta dari hasil penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan USP untuk mengetahui informasi mengenai kelebihan dan kekurangan serta keunikan apa yang ada di produk tersebut. Hasil dari perancangan tersebut berupa feeds Instagram sebagai media utama, instastory Instagram sebagai media pendukung dan beberapa media pendukung berupa cetak seperti X Banner, brosur, poster, dan kartu ucapan.

Kata Kunci: Instagram; Lebaran; Kue Kering; Media Sosial; Promosi

Abstract

Wawa Food & Cookies is one of the SMEs located in Nganjuk City which sells various kinds of Eid cakes. Wawa Food & Cookies Lebaran cakes are highly sought after by the public just before the Eid holiday. However, the marketing strategy applied still uses conventional methods, making it difficult to reach broader targets. The purpose of this research is to help Wawa Food & Cookies UMKM in promoting their products to a wider range by using the design of Instagram feeds which will then be uploaded via Instagram. In this study using qualitative methods because this research emphasizes the theoretical basis based on the facts of the research results. This study uses SWOT and USP analysis to find out information about the advantages and disadvantages and what is unique in the product. The results of this design are Instagram feeds as the main media, Instagram stories as supporting media and some supporting media in the form of print such as X Banners, brochures, posters and greeting cards.

Keywords: Instagram; Eid; Pastry; Social media; Promotion

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM yang ada di Kota Nganjuk merupakan salah satu sumber penghasilan utama bagi masyarakat yang ada di Kota Nganjuk. UMKM yang ada di Kota Nganjuk memiliki berbagai jenis usaha seperti industri makanan hingga minuman. UMKM di Kota Nganjuk mampu memproduksi berbagai produk dengan kualitas yang baik sehingga banyak perusahaan besar tersebut memilih untuk memesan produk dari UMKM di Kota Nganjuk karena produk-produk tersebut diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan sehingga dapat menarik minat banyak perusahaan besar yang beroperasi di kota-kota besar di Indonesia.

Wawa Food & Cookies merupakan salah satu UMKM yang menjual berbagai macam aneka kue

kering yang memiliki rasa yang khas dan lezat. Bukan hanya menjual kue kering saja, UMKM ini juga menjual kue basah dan melayani catering bagi masyarakat yang ingin mengadakan acara tertentu. UMKM ini berlokasi di Jalan Jarakan, Kelurahan Kramat, Kota Nganjuk, Jawa Timur. Produk-produk kue kering Wawa Food & Cookies sangat dicari oleh masyarakat ketika menjelang hari lebaran. Rata-rata masyarakat yang mencari kue kering untuk dijadikan hidangan atau parcel saat lebaran, sehingga UMKM ini menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat. Strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM ini masih menggunakan metode konvensional, dengan menggunakan media cetak seperti brosur dan poster untuk mempromosikan produk-produknya. Walaupun memiliki tingkat penjualan yang tinggi, tetapi potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas masih lebih memungkinkan dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media. Oleh karena itu, dengan adanya platform sosial media, masyarakat akan lebih mudah mencari produk kue kering Wawa Food & Cookies dan memperoleh informasi terkini mengenai produk-produk baru yang ditawarkan.

Sosial media Instagram merupakan salah satu strategi promosi yang cocok, karena platform ini sangat populer dan digunakan oleh banyak orang. Sosial media merupakan platform yang memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya untuk melakukan berbagai aktivitas sosial. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi atau interaksi online, memberikan berbagai informasi dan konten berupa gambar, teks dan video. Masyarakat memiliki kebiasaan untuk mengakses Instagram pada waktu-waktu senggang, dan memanfaatkan waktu tersebut untuk menonton konten-konten yang menarik. Dengan memanfaatkan Instagram, Wawa Food & Cookies dapat mempromosikan produknya dengan jangkauan yang luas dan mendapat banyak pelanggan. Masyarakat akan lebih mudah mencari tahu produk mereka dan memahami apa yang mereka tawarkan. Promosi produk melalui Instagram juga dapat menciptakan kesan yang baik dan membantu meningkatkan merek dagang mereka.

KERANGKA TEORETIS

a. Perancangan terdahulu yang Relevan

Terdapat penelitian terdahulu yang relevan salah satunya karya dari Wijaya (2019) yang membahas tentang “Perancangan Feeds Instagram Wheels Coffee Roasters Berdasarkan Metode Kansei Engineering”. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana mencari solusi desain feeds Instagram untuk coffee shop Wheels Coffee Roasters sesuai dengan customer's Kansei yang ditemukan melalui artikel online dan wawancara. Kata-kata Kansei dikelompokkan dalam kelompok kata yang digunakan dalam kuisioner dan dianalisis dengan uji statistik dan analisis faktor. Hasil analisis menunjukkan validitas data yang baik dan tingkat konsistensi yang baik. Faktor yang didapatkan dalam analisis adalah Bertema, Lugas, Berguna, Beridentitas, dan Sederhana. Hasil akhir penelitian ditampilkan dalam menunjukkan validitas dan konsistensi data yang baik dan faktor yang menjadi dasar dalam perancangan desain feeds Instagram.

Selain itu ada juga karya dari Zuhri (2019) yang membahas tentang “Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar di Sosial Media Instagram”. Penelitian tersebut membahas tentang kriteria yang digunakan oleh Bosang Makassar dalam desain komunikasi visual di media sosial Instagram untuk keperluan promosi dan iklan. Analisis data dilakukan dengan cara mentranskrip hasil wawancara dan menyeleksi data untuk mengambil sampel berdasarkan template desain dan unsur visual yang sesuai. Hasil penelitian menyimpulkan kriteria tampilan desain komunikasi visual yang digunakan oleh Bosang Makassar di media sosial Instagram.

b. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Target utama pengguna Instagram adalah remaja dan dewasa yang lebih memilih mengaksesnya melalui smartphone daripada browser pada komputer desktop. Instagram sangat menarik bagi penggunanya karena memiliki fitur-fitur yang membuat interaksi dengan konten yang sangat menyenangkan. Instagram memiliki fitur awal seperti feed, like, share, comment, dan direct message (DM) membuat pengguna merasa senang dan percaya diri setiap kali mengunggah konten. Instagram juga memiliki fitur follow dan follower memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun lain dan juga mendapatkan pengikut, dan jumlah pengikut mempengaruhi rasa percaya diri. Ada juga fitur highlight memungkinkan pengguna untuk membuat pengelompokan cerita berdasarkan kategori-kategori yang diinginkan, seperti FAQ, menu, cara pembayaran, tim produksi, lokasi, dll. Konten-konten ini ditempatkan di bagian highlight agar mudah diakses pelanggan dan tidak mengganggu estetika konten feed dari post Instagram (Prajarini, 2020).

Feeds pada Instagram memperhatikan fitur visual yang disukai oleh penggunanya dengan memberikan foto/gambar dan video. Fitur tersebut juga dimanfaatkan oleh brand-brand dari perusahaan besar maupun usaha kecil untuk melakukan promosi produk dan jasa mereka melalui media sosial Instagram. Instagram merupakan platform media sosial yang menawarkan beragam fitur untuk membuat interaksi dengan konten menyenangkan dan menambah rasa percaya diri pengguna.

c. Layout

Saat merancang desain feed instagram, harus tahu menampilkan konten desain dengan penataan rapi dan jelas. Penataan ini bisa disebut dengan layout. Layout adalah suatu tata letak yang menggabungkan elemen elemen desain menjadi terstruktur. Layout memiliki tujuan penting yaitu untuk menampilkan elemen visual dan teks secara sederhana, menarik dan mudah dipahami sehingga dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang ditampilkan (Rustan, 2010).

Layout memiliki sejarah yaitu desain yang kita lihat merupakan representasi dari perjalanan manusia yang mencari eksplorasi kreatif secara terus-menerus dalam masa lalu. Eksplorasi ini akan memberikan banyak pengalaman dan memberikan wawasan bagi seorang desainer. Layout juga merupakan tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat. Layout akan bisa lebih baik jika pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh pembaca. Tata letak layout harus dipetakan dan diorientasikan dengan baik agar bagian-bagian yang diamati mudah dan cepat diterima.

d. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan sebuah desain. Karena dalam sebuah perancangan desain grafis akan membutuhkan teknik dalam memilih teks. Tipografi adalah suatu teknik pemilihan, penataan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan susunan huruf, bukan termasuk ilustrasi yang tidak berbentuk huruf. Dengan adanya Tipografi, perancangan desain yang kita buat akan menentukan estetika desain. Dengan menyusun text yang menarik dengan gaya visual, informasi yang didapat akan mudah dipahami dan diterima oleh pembaca. Dalam menyusun tipografi beberapa yang harus diperhatikan adalah menentukan apa yang ingin difokuskan dalam membuat konten desain dan mempertimbangkan dalam penggunaan font. Jenis tipografi yang cocok untuk media promosi digital adalah sans serif, serif, dan dekoratif. Feeds Instagram yang cocok dengan tema lebaran adalah tipografi berjenis dekoratif karena tipografi tersebut memiliki bentuk yang sangat unik dan variasi (Sudiana, 2001).

e. Warna

Warna merupakan salah satu inti bagian terpenting dari sebuah desain. Sebagai seorang desainer harus memilih warna dengan tepat untuk digunakan dalam perancangan karyanya. Warna memiliki makna dan kesan yang muncul berbeda beda. Hal ini dapat mempengaruhi suasana hati, persepsi, emosi dan menarik perhatian. Warna memiliki kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang telah dipantulkan oleh objek yang terkena cahaya (Nugroho, 2008). Secara fisik warna memiliki sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis adalah sebagian dari indra penglihatan (Sanyotom, 2010). Warna memiliki beberapa fungsi yaitu:

- 1) Sebagai Psikologis, untuk lebih mengenal karakteristik manusia melalui warna
- 2) Sebagai Isyarat, untuk memberikan suatu tanda yang membuat warna menjadi pesan yang tersampaikan
- 3) Sebagai Identitas, untuk mempermudah orang lain mengenal suatu kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, dan lain lain.

METODE PERANCANGAN

Dalam melakukan perancangan penelitian, perlu dilakukan pengumpulan data berupa wawancara observasi, dan dokumentasi. Wawancara merupakan interaksi antara narasumber dengan pewawancara yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi melalui percakapan. Teknik wawancara memiliki keuntungan yaitu narasumber memiliki kesempatan untuk memberikan jawaban yang sesuai terhadap pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (Fadhallah, 2020). Narasumber memiliki peluang untuk bertanya pada pewawancara jika tidak memahami makna pertanyaan yang diajukan. Sementara itu, pewawancara juga memiliki kesempatan untuk menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. Teknik wawancara juga merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data, terutama dalam melakukan penelitian. Wawancara ini akan dilakukan kepada salah satu pemilik UMKM untuk mengumpulkan informasi.

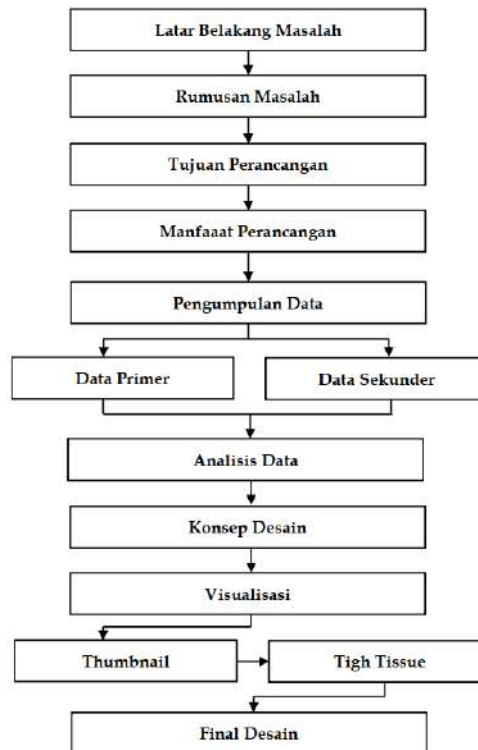
Observasi merupakan sebuah teknik pengamatan yang memantau perkembangan dari fenomena sosial. Hasil dari sebuah observasi dapat digunakan untuk melakukan penilaian dan perubahan (Margono, 2007). Observasi memiliki beberapa tujuan yaitu menggambarkan objek dan hal-hal terkait melalui pengamatan yang dilakukan dengan panca indera. Selain itu juga bertujuan untuk mendapatkan data data atau sebuah informasi terkait hasil yang diamati. Observasi ini akan mengamati beberapa hal dalam proses produksi produk UMKM.

Dokumentasi merupakan proses dalam melakukan kegiatan pencarian, pencatatan, atau penyediaan untuk memperoleh keterangan, bukti, demi suatu kepentingan. Dokumentasi memiliki beberapa bentuk berupa catatan tulis, foto, rekaman video, rekaman suara dan lain lain. Dokumentasi memiliki peran dan tujuan sangat penting yaitu untuk membantu atau mempermudah akses informasi dan data. Selain itu juga dapat mempermudah tugas dan proses kerja, serta mengurangi kemungkinan duplikasi kerja.

Analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah SWOT dan USP. Metode ini sering digunakan dalam mengidentifikasi strategi yang efektif dan membuat keputusan yang tepat untuk dihadapi. Metode ini juga merupakan salah satu faktor internal yang membuat suatu keunggulan dan kelemahan yang dilakukan oleh Wawa Food & Cookies. Selain itu merupakan salah satu faktor eksternal yang membuat suatu peluang yang memiliki potensi untuk berkembang serta mengacu kepada risiko dan ancaman dalam keberhasilan yang dilakukan oleh Wawa Food & Cookies.

USP (Unique selling proposition) merupakan suatu teknik dalam mengolah penjualan yang dapat

memberikan ciri khas atau keunikan dalam produk atau jasa yang dimiliki, sehingga produk tersebut dapat membedakan produk yang dimiliki oleh pesaing. USP juga mengacu pada beberapa hal seperti harga yang kompetitif, kualitas produk yang unggul, pelayanan pelanggan yang baik, pengiriman cepat, dan lain lain. Dalam menentukan USP, perusahaan harus menentukan langkah yang tepat untuk memfokuskan strategi pemasaran, agar dapat membantu perusahaan memperoleh keuntungan dalam persaingan pasar. Perusahaan juga harus mengevaluasi produk produk mereka agar dapat memastikan USP tetap kompetitif.



Gambar 1. Bagan Skematika Perancangan
(Sumber: Iqbal, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Wawa Food & Cookies merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Jalan Jarakan, Kelurahan Kramat, Kota Nganjuk, Jawa Timur. UMKM ini berdiri sejak 2015 dan menjual berbagai macam aneka kue kering yang memiliki rasa yang khas dan lezat. Bukan hanya menjual kue kering saja, UMKM ini juga menjual kue basah dan melayani catering bagi masyarakat yang ingin mengadakan acara tertentu. Wawa food & cookies memiliki nama yang unik karena nama wawa diambil dari nama anak ke 3 ibu Yeni Rohmawati dari pemilik umkm tersebut yaitu Najwa Khaida Wilda. Ibu Yeni Rohmawati mendirikan UMKM tersebut sejak tahun 2015, dimana beliau masih bekerja dengan orang lain dan seiring berjalannya waktu beliau mulai mencoba membuatnya sendiri di rumah. Proses pembuatan kue kering ini dibantu oleh beberapa pegawai yang ternyata merupakan tetangga nya sendiri.

Nama brand kompetitor ini adalah Homcookies. UMKM ini menjual beberapa macam kue kering sama seperti Wawa Food & Cookies seperti kue nastar, kue salju, kue kastangel dan lain lain. UMKM

ini juga menjual berbagai macam kue seperti brownies dan cookies choco chips. Produk tersebut dikemas menggunakan toples plastik dan tiap 1 toples ada yang diisi 300gram dan juga ada yang 800gram. Harga 1 toples kue yang berisi 300gram mulai dari Rp 33.000 sampai Rp 45.000 sedangkan yang berisi 800 gram mulai dari Rp 40.000 sampai Rp 65.000. Selain kue kering, Homcookies juga menjual beberapa macam kue seperti brownies dan kue choco chips. Harga per kue mulai dari Rp 27.000 sampai Rp 65.000 tergantung masing masing ukuran jenis kue nya. Target audience UMKM ini mulai dari anak anak hingga orang dewasa, tetapi kue tersebut juga dapat ditargetkan pada mereka yang menyukai makanan manis dan ingin menikmati camilan yang praktis dan mudah disajikan. Selain itu, kue ini juga dapat ditargetkan pada mereka yang mencari hadiah berupa kado, oleh oleh atau hampers.

Strategi pemasaran yang digunakan UMKM Wawa Food & Cookies adalah dengan menggunakan sosial media Instagram. Alasan menggunakan sosial media Instagram karena platform tersebut memiliki jumlah pengguna yang besar dan aktif, terutama mereka yang tertarik dengan dunia kuliner atau makanan. Selain itu, strategi pemasaran juga menggunakan metode komunikasi antar mulut dan juga komunikasi via Whatsapp yang sebelumnya menggunakan strategi pemasaran lama dengan menggunakan metode cetak seperti brosur dan poster. Nama akun Instagram UMKM tersebut adalah @wawafoodncookies dan target wilayah pemasaran produk Wawa Food & Cookies menjual di wilayah jawa timur dan sekitarnya. Potensi pasar Wawa Food & Cookies ini menargetkan masyarakat yang sedang mencari hadiah berupa kado, parcel atau hampers yang akan diberikan kepada sahabat, orang tersayang atau keluarga mereka.

b. Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan identifikasi data, peneliti telah merangkum analisis data berupa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) yang bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi:

1) *Strength* (Kekuatan)

Pengalaman dalam pembuatan produk ini sudah lama sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas, enak, dan memiliki berbagai variasi. Pembuatan produk menggunakan bahan pilihan dengan harga jual yang terjangkau. Produk kue kering ini, terjual paling banyak pada saat menjelang hari raya lebaran dimana rata-rata masyarakat banyak sekali yang sedang mencari kue untuk hidangan lebaran, hampers untuk perayaan lebaran serta untuk oleh-oleh. Ketika mereka pulang kampung.

2) *Weakness* (Kelemahan)

UMKM ini masih memiliki metode promosi yang hanya lewat dari mulut ke mulut sehingga penjualan kurang maksimal. Selain itu juga keterbatasan tenaga kerja sehingga kurang maksimal dalam proses produksi dan juga modal yang dikeluarkan masih relatif sedikit.

3) *Opportunities* (Peluang)

Produk yang dijual UMKM ini bervariasi sehingga pelanggan memiliki pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, lokasi produksi yang dekat dengan pusat kota memudahkan akses bagi pelanggan yang dari luar untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan dengan lebih mudah. Dengan adanya variasi produk dan lokasi yang strategis, peluang pesanan akan meningkat.

4) *Threats* (Ancaman)

Kompetitor berlokasi tidak jauh dari rumah jelas. produksi dan sudah memiliki brand identitas yang jelas dan menguasai teknologi digital untuk tujuan promosi penjualan.

c. Strategi Kreatif

Feeds Instagram ini akan menampilkan foto-foto produk yang akan dipromosikan ke media sosial dan juga menampilkan beberapa elemen visual yang akan menghiasi layout feed tersebut. Konten feeds Instagram ini memiliki 2 tema yaitu tema sebelum lebaran atau bulan ramadhan dan juga waktu lebaran. Tema tersebut bertujuan untuk menambahkan suasana dan penuh kebersamaan dalam mempersiapkan Lebaran. Selain itu bertujuan untuk memberikan kesan bahwa produk UMKM Wawa Food & Cookies dapat memberikan pengalaman visual yang menarik dan menghubungkan dengan audience dalam konteks perayaan dan persiapan menjelang Lebaran. Menentukan konsep kreatif dapat berdampak pada audience ketika melihat pesan-pesan yang kita sampaikan melalui media yang kita pakai dengan cara yang unik sehingga audience memiliki ketertarikan dalam produk tersebut. Dalam menentukan warna pada desain feeds Instagram sangat penting karena pemilihan warna yang tepat akan berpengaruh pada estetika layout desain feeds Instagram. Warna juga dapat membantu dalam menciptakan suasana yang sesuai dengan merek dan produk yang dipromosikan. Feeds Instagram ini memiliki 2 tema konten yaitu tema edisi bulan ramadhan dan edisi lebaran. Warna yang akan dipakai dalam konten feeds Instagram tema ramadhan adalah warna biru keunguan dengan kombinasi warna orange serta untuk font dan elemen-elemen visual pelengkap berwarna putih ke abu-abuan. Sedangkan warna yang akan dipakai dipakai dalam konten feeds Instagram tema lebaran adalah warna hijau tua dengan kombinasi warna kuning dan untuk font beserta elemen-elemen visual pelengkap berwarna putih. Berikut adalah kode pewarnaan pada perancangan desain feeds Instagram :



Gambar 2 Warna Feeds Instagram
(Sumber: Iqbal, 2023).

Tipografi memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan. Selain itu tipografi juga dapat berfungsi sebagai estetika pada tampilan desain layout feeds Instagram. Dalam perancangan ini, jenis tipografi yang digunakan adalah dekoratif. Alasan memilih jenis dekoratif karena gaya tipografi tersebut memiliki keunikan menarik perhatian dan menciptakan kesan yang berbeda. Font yang akan digunakan dalam perancangan ini ada 3 yaitu font Bullina, font Cupcake Factory dan font Clipper Personal Use.



Gambar 3 Font Bullina
(Sumber: dafont.com).



Gambar 4 Font Clipper Personal Use
(Sumber: dafont.com).

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
!@#\$%^&*()<>?

Gambar 5 Font Cupcake Factory
(Sumber: dafont.com).

Elemen pendukung merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang menghiasi atau memperindah tampilan dari desain feeds Instagram. Elemen pendukung memiliki macam-macam bentuk visual seperti grafik, ikon, garis, atau pola yang membentuk suatu benda hidup atau benda mati. Elemen visual yang digunakan dalam perancangan feeds ini adalah vector bergambar bulan, bintang, lampu pada masjid, masjid, pohon kurma, dan ketupat. Alasan memakai elemen visual ini karena untuk mendukung atau menguatkan tema pada feeds Instagram. Selain itu ada juga beberapa objek tambahan seperti gabungan bentuk lingkaran dan kotak untuk hiasan tambahan pada layout feeds Instagram.



Gambar 6 Objek bergambar bulan, bintang, lampu, masjid, pohon kurma, ketupat, dan lingkaran.
(Sumber: Iqbal, 2023).

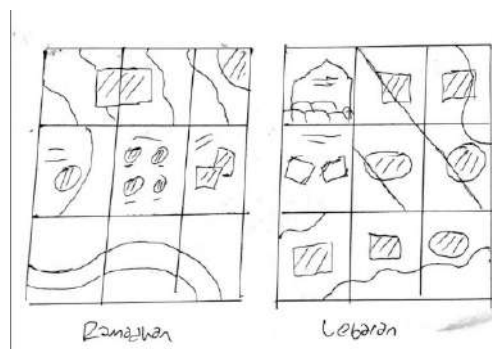
Foto produk merupakan salah satu asset visual yang sangat penting dalam perancangan feeds Instagram. Karena foto produk salah satu objek utama dalam perancangan ini yang akan mempromosikan atau memasarkan produk UMKM Wawa Food & Cookies ke jenjang yang lebih luas. Foto produk ini menampilkan beberapa foto kue kering yang dikomposisikan dengan beberapa hiasan agar lebih menarik. Foto-foto tersebut disusun dengan beberapa ornamen seperti talenan, sendok, secangkir teh, pot bunga, buku untuk mempercantik hasil foto. Foto produk tersebut terdiri dari kue kacang, nastar, kastengel, semprit, dan salju. Berikut adalah foto-foto kue kering yang akan diterapkan pada perancangan desain feeds Instagram:



Gambar 7 Fotografi Kue Lebaran
(Sumber: Iqbal, 2023).

d. Visualisai Karya

Sebelum menyusun karya feeds Instagram, perlu dilakukan membuat sketsa terlebih dahulu agar lebih mudah mendapat ide dalam penyusunan karya. Sketsa ini bertujuan untuk menampung ide sebelum rancangan awal dapat dibentuk dalam gambar secara lengkap. Selain itu juga bertujuan dapat meminimalisir kesalahan saat merancang karya. Didalam perancangan feeds Instagram, sketsa dapat membantu dalam merencanakan tata letak, komposisi, dan pengaturan elemen-elemen visual di feeds Instagram. Sketsa ini memberikan gambaran kasar tentang bagaimana tampilan akhir akan terlihat, membantu mengorganisir konten, dan memastikan keselarasan visual



Gambar 8 Thumbnail Feeds Instagram
(Sumber: Iqbal, 2023).

Setelah menyusun sketsa dan menentukan konsep layout seperti warna, tipografi dan lain-lain, langkah selanjutnya adalah membuat desain feeds Instagram. Tigh tissue merupakan suatu proyek yang dikerjakan setengah jadi dan bertujuan untuk menunjukan konsep desain ke klien. Berikut adalah hasil tigh tissue desain perancangan feeds Instagram :



Gambar 9 Tigh Tissue Feeds Instagram
(Sumber: Iqbal, 2023).

Dalam proses pengerjaan konten feeds Instagram Wawa Food & Cookies, perancangan ini dikerjakan menggunakan software Adobe Photoshop. Waktu pengerjaan konten feeds Instagram membutuhkan sekitar 2 jam per konten/feeds. Setiap harinya, perancangan ini dikerjakan 2 hari per 3 Feeds. Jika ditotal dari keseluruhan feeds yang dikerjakan, proses pengerjaan ini memakan waktu sekitar 2 minggu.



Gambar 10 Final Feeds Instagram
(Sumber: Iqbal, 2023).

Feeds 1, konten tersebut berisi tentang ucapan selamat hari raya idul fitri. Konsep dari layout tersebut berbentuk dinding masjid dan memiliki motif kotak-kotak agar menciptakan kesan yang mencerminkan unsur Islami serta penambahan elemen visual berupa lampu masjid, ketupat, bulan dan penambahan beberapa seleksi foto kue lebaran.

Feeds 2, konten tersebut berisi foto produk kue lidah kucing. Layout tersebut berbentuk objek diagonal yang akan menyambung feed ke 5 dan 6 serta penambahan bingkai foto untuk menghiasi feed tersebut.

Feeds 3, konten tersebut berisi foto produk kue kastangel dan kue salju dengan Bentuk layout yang akan terhubung dengan feed ke 6 dengan objek yang melengkung. Feed tersebut memiliki caption “sajikan kue lebaran istimewa ini di meja anda” yang bertujuan untuk menaikan minat pembeli untuk menikmati kue lebaran special dari Wawa Food & Cookies.

Feeds 4, konten tersebut berisi tentang sebuah pertanyaan tentang kue favorit. Konten tersebut bertujuan untuk mendorong interaksi atau keterlibatan audience dengan mengajak mereka berbagi referensi terkait kue lebaran favorit mereka. Foto produk yang dijadikan pilihan untuk pertanyaan kue favorit adalah kue kastangel dan semprit.

Feeds 5, konten tersebut berisi seleksi foto kue kacang, semprit, dan kastangel dengan caption “nikmati cita rasa kue lebaran yang lezat”. Tujuan caption tersebut untuk memikat keinginan atau selera audience terhadap kue tersebut. Layout tersebut berbentuk objek diagonal yang terhubung dari feed 3.

Feeds 6, konten tersebut berisi foto produk kue kastangel dengan bingkai bulat. Feeds tersebut memiliki layout garis diagonal yang terhubung feed ke 5 serta motif bulat kecil untuk menghiasi feed tersebut. Selain itu, feeds tersebut memiliki caption “meriahkan lebaran Bersama kue kastangel” yang bertujuan untuk menaikan minat pembeli untuk menikmati kue kastangel dari Wawa Food & Cookies.

Feeds 7, konten tersebut berisi seleksi foto sekumpulan kue lebaran. Feeds tersebut memiliki caption “Nikmati momen kebersamaan mu dengan kue lebaran” yang bertujuan untuk menaikan minat pembeli untuk menikmati kue lebaran dari Wawa Food & Cookies. Selain itu, feed tersebut juga memiliki background kotak-kotak denga elemen visual lampu dan ketupat untuk memberikan kesan islami agar sesuai dengan tema.

Feeds 8, konten tersebut berisi foto produk kue semprit dengan bingkai yang dikasih solasi. Layout tersebut memiliki bentuk objek gelombang dibawah dan motif bulat yang akan terhubung pada feed 9.

Feeds 9, konten tersebut berisi seleksi foto kue nastar dengan caption yang menjelaskan tentang isi dari bahan-bahan kue tersebut. Tujuan caption ini memberikan informasi kepada audience tentang isi atau bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kue nastar. Dengan menjelaskan bahan-bahan yang ada dalam kue nastar, caption tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang kue tersebut. Layout tersebut memiliki objek gelombang dibawah dan motif bulat yang terhubung pada feed ke 8.

Feeds 10, konten tersebut berisi foto produk kue salju yang terpisah yang akan terhubung di feed ke 11. Layout tersebut memiliki bentuk bergelombang secara diagonal yang akan terhubung di feed 11 dan 12. Layout tersebut dilengkapi dengan elemen visual dengan objek lingkaran untuk menghiasi feed tersebut. Feed ini memiliki caption “Beragam pilihan rasa” yang bertujuan untuk menggambarkan kue apa saja yang dijual di Wawa Food & Cookies.

Feeds 11, konten tersebut berisi foto produk kue salju yang terhubung dari feed ke 10. Feed ini memiliki caption “Dengan rasa yang nikmat” yang bertujuan untuk menggambarkan kenikmatan dalam kue tersebut. Layout tersebut dilengkapi dengan elemen visual dengan objek lingkaran untuk menghiasi feed tersebut.

Feeds 12, konten tersebut berisi foto produk kue semprit yang diposisikan disamping kanan atas dengan objek berbentuk oval yang ada ditengah. Feed tersebut memiliki caption “Buat momen lebaran mu semakin istimewa dengan kue lebaran kami” yang bertujuan untuk menarik minat pembeli untuk

menikmati kue lebaran milik Wawa Food & Cookies. Bentuk layout tersebut memiliki bentuk gelombang diagonal yang merupakan sambungan dari feed ke 11.

Feeds 13, konten tersebut berisi foto produk kue kacang dengan bingkai yang berbentuk seperti bunga. Layout tersebut didesain dengan bentuk objek lengkungan serta penambahan elemen visual masjid sebagai background feed dan elemen visual lampu dan bulan untuk menghiasi feed tersebut. Selain itu, feed tersebut memiliki caption “Merayakan lebaran tanpa kue pasti rasanya kurang lengka!” yang bertujuan untuk merayu audience untuk membeli produk kue Wawa Food & Cookies.

Feeds 14, konten tersebut berisi seleksi foto produk kue nastar, semprit, kastangel, dan kacang. Feed tersebut memiliki caption tentang sebuah pertanyaan tentang kue favorit. Caption tersebut bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi kue manakah yang paling banyak diminati oleh masyarakat serta mendorong interaksi atau keterlibatan audience dengan mengajak mereka berbagi referensi terkait kue lebaran favorit mereka.

Feeds 15, konten tersebut berisi foto produk kue salju dan kue kastangel dengan bingkai menyerupai foto cetak. Layout tersebut memiliki background kotak serta pemberian elemen visual lampu, bulan, dan bintang agar terkesan islami dan sesuai dengan tema. Feed tersebut memiliki caption “Nikmati beragam rasa kue modern dari Wawa Food & Cookies” yang bertujuan untuk menaikan minat pembeli untuk menikmati kue lebaran dari Wawa Food & Cookies.

Feeds 16, konten tersebut berisi tentang foto produk kue salju dengan tulisan ramadhan spesial. Layout tersebut memiliki bentuk garis lengkung yang akan menyambung dengan feed ke 17 dan 18 secara horizontal serta penambahan elemen visual masjid dan pohon kurma untuk background feed serta elemen visual berupa lampu, bulan dan bintang untuk menghiasi feed tersebut.

Feeds 17, konten tersebut berisi tentang foto produk kue nastar dengan bingkai bulat. Layout tersebut memiliki bentuk garis lengkung secara diagonal merupakan sambungan dari feed ke 17 dan akan terhubung ke feed 18. Feed tersebut memiliki caption “Rasakan kenikmatan dari selai nanas pada kue nastar” yang bertujuan untuk menaikan minat pembeli untuk merasakan kenikmatan kue nastar milik Wawa Food & Cookies.

Feeds 18, konten tersebut berisi seleksi foto kue kastangel caption yang menjelaskan tentang isi dari bahan-bahan kue tersebut. Tujuan caption ini memberikan informasi kepada audience tentang isi atau bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kue kastangel tersebut. Layout feed tersebut memiliki bentuk garis lengkung kebawah yang merupakan sambungan dari feed ke 17 serta penambahan elemen visual lampu yang bertujuan untuk menambahkan kesan islami agar sesuai dengan tema.

Karya feeds Instagram yang sudah jadi, diterapkan melalui sosial media Instagram dan kemudian bisa digunakan untuk promosi produk yang dipasarkan. Konsep desain feeds Instagram Wawa Food & Cookies ini memiliki tema lebaran karena agar terlihat menarik waktu menjelang musim lebaran. Selain itu, juga karena produk Wawa Food & Cookies sangat dicari oleh masyarakat pada waktu menjelang hari lebaran. Feeds Instagram salah satu media utama yang digunakan untuk promosi. Selain media utama, ada juga karya dari media pendukung yang diterapkan untuk promosi salah satunya adalah instastory Instagram. Selain instastory juga ada media pendukung lainnya berupa media cetak seperti poster, xbanner, brosur dan kartu ucapan lebaran.



Gambar 11 Penerapan Brosur
(Sumber: Iqbal, 2023).



Gambar 12 Penerapan Kartu Ucapan Lebaran
(Sumber: Iqbal, 2023).

Brosur tersebut berisi beberapa macam foto kue lebaran yang telah dipromosikan. Brosur tersebut memiliki caption yang menjelaskan tentang kenikmatan kue lebaran tersebut dan juga daftar harga pada brosur tersebut. Layout tersebut memiliki konsep objek bulat untuk menambah kesan estetik dan juga penambahan elemen visual islami untuk menambah kesan momen lebaran. Kartu ucapan tersebut memiliki konsep desain nuansa islami yang menggambarkan suasana masjid di malam hari raya idul fitri. Selain itu caption tersebut memiliki pesan ucapan selamat hari raya idul fitri yang bertujuan untuk menyampaikan ucapan bagi orang yang merayakan.



Gambar 13 Penerapan Poster
(Sumber: Iqbal, 2023).

Poster tersebut berisi tentang foto produk kue kastengel dan kue nastar yang dipromosikan. Layout tersebut memiliki bentuk gelombang secara diagonal serta penambahan elemen visual berupa masjid, lampu, dan bintang agar menambah kesan estetik dan islami sehingga menyesuaikan tema. Poster ini memiliki caption “promo special lebaran mulai dari 45k” yang bertujuan untuk menawarkan harga produk ke pembeli.



Gambar 14 Penerapan X Banner
(Sumber: Iqbal, 2023).

X Banner tersebut memiliki konsep desain islami dengan penambahan objek masjid sebagai background serta penambahan elemen visual lampu. Selain itu banner tersebut juga memiliki caption yang menjelaskan tentang informasi tentang isi bahan-bahan kue tersebut dan juga menjelaskan tentang kenikmatan kue tersebut disaat momen lebaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam proses perancangan feeds Instagram Wawa Food & Cookies sebagai media promosi, langkah-langkah awal sebelum melakukan proses perancangan feeds tersebut adalah melakukan proses identifikasi masalah yang dialami oleh UMKM. Peneliti menemukan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM yaitu masih menggunakan strategi pemasaran dengan metode lama. Tahapan selanjutnya adalah melakukan proses analisis data perusahaan melalui wawancara dengan pemilik UMKM dan observasi terhadap produk, proses produksi, dan pengalaman pelanggan. Setelah itu, menentukan strategi konsep media dan kreatif, termasuk proses pembuatan perencanaan media dan konsep kreatif dengan menentukan pesan, data visual, postingan, dan biaya produksi. Tahapan selanjutnya adalah proses perancangan desain feeds Instagram dengan menggunakan thumbnail dan tight tissue. Setelah proses perancangan desain feeds selesai, tahapan selanjutnya adalah melakukan review kepada audience untuk mendapatkan masukan dan evaluasi terhadap resonansi dan daya tarik yang diinginkan oleh masyarakat.

Perancangan feeds Instagram Wawa Food & Cookies sebagai media promosi dapat disimpulkan memiliki beberapa manfaat untuk UMKM Wawa Food & Cookies. Salah satunya adalah untuk memperkuat citra merek dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Selain itu, juga dapat meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong peningkatan penjualan produk. Penerapan sosial media Instagram memungkinkan Wawa Food & Cookies untuk mendapatkan masukan dan menjawab pertanyaan atau masalah yang timbul. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini diharapkan agar terus mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Selain itu, penting juga untuk terus memantau dan menganalisis trend zaman sekarang serta melakukan riset tentang referensi dan perilaku target audience. Serta terus mengembangkan aspek visual dalam perancangan feeds Instagram serta mempertimbangkan penggunaan warna, tipografi, dan foto produk yang menarik agar konten terlihat profesional dan memikat perhatian.

REFERENSI

- Nugroho, E. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Yogyakarta : Andi.
- Prajarini, D. 2020. *Media Sosial Periklanan Instagram*. Sleman: Deepublish.
- R.A Fadhallah. 2020. *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Rustan, S. 2010. *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sanyoto, S. 2010. *Nirmana Elemen Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sudiana, Dendi. 2001. "Tipografi: Sebuah Pengantar". *Jurnal Meidiator*, Vol 2, No. 2, hal. 325-335.
- Wijaya, A. W. 2019. Perancangan Feeds Instagram Wheels Coffee Roasters Berdasarkan Metode Kansei Engineering. *skripsi unpar*, 31.
- Zuhri, S. 2019. Desain Komunikasi Visual Terhadap Kue Bosang Makassar di Sosial Media Instagram. *skripsi unismuh*, 59.