

PERANCANGAN VISUAL GUIDELINE MEDIA SOSIAL DAN FEEDS INSTAGRAM GARIS ARSITEK

Siti Aisha Rafazia Siregar¹, Irhamna Nirbhaya Carreca²

^{1,2}Prodi Desain Grafis, Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
Email: siti.22050@mhs.unesa.ac.id

INFO

ARTIKEL

Diterima:

23/01/2026

Direvisi:

24/05/2026

Dipublikasi:

30/06/2026

e-ISSN:

3108-9925

Kata Kunci:

Visual

Guideline;

Media Sosial ;

Feeds Instagram

; Identitas

Visual; Garis

Arsitek.

Keywords:

Visual

Guideline;

Social Media;

Instagram

Feeds;

Visual Identity;

Garis Arsitek.

Abstrak

Perkembangan media sosial berbasis visual, khususnya Instagram, menjadikan konsistensi visual sebagai aspek penting dalam membangun identitas dan citra profesional sebuah brand jasa. Garis Arsitek sebagai biro arsitektur dan desain interior telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan portofolio, namun belum memiliki panduan visual yang terstruktur sehingga tampilan feeds Instagram masih kurang konsisten. Perancangan ini bertujuan menghasilkan Visual Guideline media sosial yang aplikatif dan sistematis untuk memperkuat identitas visual Garis Arsitek. Metode perancangan meliputi wawancara, observasi, studi pustaka, serta analisis SWOT sebagai dasar penyusunan konsep. Visual Guideline dirancang dengan pendekatan klasik dan timeless yang selaras dengan karakter American Classic Garis Arsitek, mencakup elemen tipografi, palet warna, gaya fotografi, layout feeds, dan template konten Instagram. Hasil perancangan diharapkan mampu meningkatkan konsistensi tampilan visual, memperkuat citra profesional, serta menjadi acuan pengelolaan konten media sosial Garis Arsitek secara berkelanjutan.

Abstract

The development of visual-based social media, particularly Instagram, has made visual consistency a crucial aspect in building brand identity and professional image in service-based industries. Garis Arsitek, an architectural and interior design firm, has utilized Instagram as a promotional and portfolio platform; however, it does not yet have a structured visual guideline, resulting in inconsistent Instagram feed appearances. This project aims to design an applicable and systematic social media Visual Guideline to strengthen the visual identity of Garis Arsitek. The design process employs interviews, observation, literature study, and SWOT analysis as the basis for concept development. The Visual Guideline is designed using a classic and timeless approach that aligns with the American Classic character of Garis Arsitek, covering typography, color palette, photography style, feed layout, and Instagram content templates. The result of this design is expected to enhance visual consistency, reinforce a professional brand image, and serve as a reference for sustainable social media content management for Garis Arsitek.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pergeseran strategi bisnis ke arah pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial berbasis visual seperti Instagram. Platform ini berperan penting dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memperluas jangkauan pasar. Laporan Digital 2024: Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia telah melampaui 106 juta pengguna, dengan peningkatan jangkauan iklan sebesar 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya (DataReportal, 2024). Data tersebut menegaskan posisi Instagram sebagai media strategis untuk menjangkau audiens usia produktif dengan potensi daya beli yang tinggi.

Dalam konteks komunikasi visual, keberhasilan brand di Instagram sangat dipengaruhi oleh konsistensi tampilan visual. Visual Guideline berfungsi sebagai panduan yang mengatur penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, tata letak, dan gaya desain agar selaras dengan identitas brand. Konsistensi visual tidak hanya memperkuat citra profesional, tetapi juga membantu audiens dalam mengenali dan mengingat brand di tengah persaingan visual yang semakin padat. Tanpa pedoman visual yang terstruktur, pesan brand berisiko tampil tidak seragam dan kurang efektif.

Garis Arsitek merupakan penyedia jasa arsitektur dan desain interior yang menargetkan segmen pasar menengah ke atas, dengan fokus pada perancangan hunian dan interior bergaya *American Classic*. Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk menampilkan portofolio dan membangun brand awareness karena kesesuaiannya dengan karakter industri desain. Namun, hasil observasi awal menunjukkan adanya ketidakkonsistenan visual pada konten Instagram Garis Arsitek, terlihat dari perbedaan penggunaan warna, tipografi, dan tata letak antarunggahan. Kondisi ini mencerminkan kesenjangan antara harapan akan identitas *brand* yang profesional dan kenyataan visual yang belum terarah secara sistematis.

Ketidakhadiran Visual Guideline yang konsisten berpotensi menurunkan persepsi profesionalisme serta melemahkan daya ingat audiens terhadap *brand*. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan pedoman visual yang terstruktur mampu meningkatkan kepercayaan dan kesadaran merek secara signifikan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan Visual Guideline media sosial dan *feeds* Instagram Garis Arsitek sebagai solusi strategis untuk memperkuat identitas visual, meningkatkan konsistensi komunikasi, serta mengoptimalkan performa Instagram dalam menjangkau dan membangun keterikatan dengan audiens sasaran.

KERANGKA TEORETIS

Visual Guideline

Visual Guideline merupakan seperangkat pedoman visual yang terstruktur dan sistematis untuk mengatur penggunaan elemen identitas merek, seperti logo, warna, tipografi, dan gaya visual, agar diterapkan secara konsisten sesuai karakter brand (Hasyim, 2023). Dalam konteks media sosial, khususnya Instagram, Visual Guideline berfungsi sebagai dasar utama dalam penyusunan konten visual sehingga tampilan *feeds* tetap terpadu dan profesional.

Dalam strategi pemasaran digital, keberadaan Visual Guideline berperan penting dalam menjaga konsistensi merek lintas platform, yang berdampak pada peningkatan *brand recognition* dan *top-of-mind* awareness di tengah persaingan yang kompetitif (Wahyudi & Abidin, 2024; S. M. Sari & D. Yuliana, 2020). Selain memperkuat citra dan kredibilitas merek, pedoman visual juga meningkatkan efisiensi produksi konten dengan menyediakan acuan yang jelas bagi tim pemasaran, sehingga mendukung komunikasi visual yang lebih efektif dan terarah.

Elemen Visual Guideline untuk *feeds* Instagram umumnya meliputi pengaturan logo, palet warna, tipografi, gaya fotografi atau ilustrasi, ikonografi, serta sistem *layout* dan *grid*. Aturan logo mencakup ukuran, ruang aman, variasi warna, dan penempatan untuk menjaga konsistensi identitas merek (Wahyudi & Abidin, 2024). Palet warna dan tipografi berfungsi membangun suasana visual yang selaras serta menjaga keterbacaan dan keselarasan estetika (Djamaludin et al., 2022; Mubarak & Nurwulan, 2022). Gaya fotografi atau ilustrasi mengarahkan karakter visual agar sesuai dengan citra merek dan menarik bagi audiens sasaran (Setiawati & Farlini, 2021), sementara ikonografi dan sistem *layout* berperan menjaga kejelasan informasi serta kohesi tampilan *feeds* Instagram secara keseluruhan (Putri & Ardiansah, 2024; ITN Malang, 2021).

Media Sosial

Media sosial merupakan ruang komunikasi daring yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan partisipasi aktif pengguna dalam berbagi serta menyebarkan konten, sehingga membentuk jejaring sosial dan

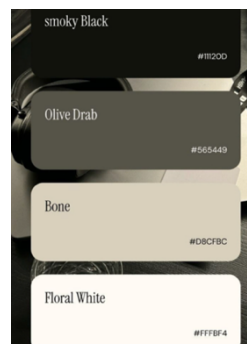
memfasilitasi penyebaran informasi secara luas (Putri et al., 2020). Penggunaan media sosial didorong oleh beragam motivasi, mulai dari pencarian informasi dan hiburan hingga kebutuhan akan ekspresi diri dan relasi sosial (Sari & Basit, 2020). Pada platform visual seperti Instagram, konten visual yang personal dan autentik mampu menciptakan kedekatan emosional serta persepsi kehadiran antar pengguna (Kusumawati et al., 2021). Selain itu, mekanisme berbagi dan rekomendasi memungkinkan konten visual yang menarik berpotensi tersebar luas secara cepat, sehingga efektif dalam memperluas jangkauan pesan merek (Rahmawati & Suwandi, 2023). Tingkat keterlibatan pengguna yang tercermin melalui interaksi seperti likes, komentar, dan shares menjadi indikator penting keberhasilan komunikasi sekaligus meningkatkan visibilitas konten dalam sistem algoritma platform (Universitas Suryadarma, 2025).

Feeds Instagram

Feeds Instagram merupakan tampilan utama profil yang berfungsi sebagai etalase visual sebuah akun, menampilkan konten foto, *video*, dan *carousel* dalam susunan *grid* yang merepresentasikan identitas merek secara menyeluruh (Atmoko, 2025). Dalam pemasaran digital, tampilan *feed* memegang peran penting dalam membentuk kesan awal calon klien serta membangun citra merek yang profesional dan kredibel. Karena pengguna cenderung menilai sebuah akun dari keseluruhan tampilan *feed* sebelum memutuskan untuk mengikuti atau berinteraksi, konsistensi visual menjadi faktor kunci keberhasilan (Sari & Basit, 2020). Penerapan *Visual Guideline* melalui pengaturan *layout*, palet warna, dan gaya visual yang selaras mampu menciptakan *feed* yang rapi, menarik, dan mudah dikenali, sehingga mendukung interaksi jangka panjang (Nurjayanti & Arifin, 2025).

Warna

Warna merupakan elemen visual yang berperan penting dalam membentuk persepsi, suasana emosional, dan daya tarik sebuah *brand*. Dalam perancangan *Visual Guideline* untuk *feeds* Instagram, pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat identitas merek sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens. Penggunaan palet netral seperti hitam, *taupe*, dan *ivory* pada akun Instagram Garis Arsitek mencerminkan karakter hunian yang elegan, klasik, dan menenangkan, selaras dengan citra *brand* yang mengedepankan kenyamanan serta nilai estetika yang berkelas. Melalui konsistensi warna, pesan visual brand dapat tersampaikan secara lebih efektif dan mudah dikenali oleh calon klien.



Gambar 1. Color Palette Neutral
(Pinterest.com)

Layout

Layout dalam desain visual merupakan pengaturan elemen grafis seperti teks dan gambar untuk membentuk komposisi yang seimbang dan efektif dalam menyampaikan pesan. Layout yang baik berfungsi menonjolkan informasi utama, menciptakan keteraturan visual, serta mengarahkan fokus audiens, terutama pada tampilan *feeds* Instagram (Tomo, 2024). Dalam konteks Instagram, layout tidak hanya mengatur setiap unggahan secara individual, tetapi juga membentuk kesatuan visual pada tampilan *grid* profil. Perencanaan layout yang matang mampu mengubah kumpulan konten menjadi narasi visual yang kohesif dan menarik, sehingga memperkuat pengalaman visual audiens serta meningkatkan daya tarik keseluruhan *feed*.

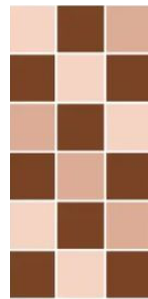
Layout yang terencana dengan baik dapat mengubah feed Instagram dari sekumpulan gambar individual menjadi narasi visual yang kohesif dan menarik. Beberapa jenis layout yang populer di Instagram meliputi:

1. Pengulangan empat (*Four Repeat*): Pengulangan empat elemen warna atau desain yang disusun secara berulang dalam komposisi blok.



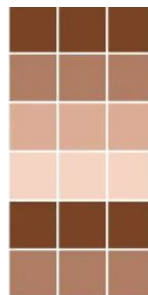
Gambar 2. *Layout feeds four repeat*
(Sumber: Pinterest.com)

2. Catur (*Checkerboard*): Mengganti jenis konten secara berselang-seling, misalnya, satu foto diikuti oleh satu kutipan, lalu foto lagi.



Gambar 3. *Layout feeds Catur*
(Sumber: Pinterest.com)

3. Baris demi Baris (*Row-by-Row*): Setiap baris horizontal memiliki tema atau skema warna yang konsisten.



Gambar 4. *Layout feeds row-by-row*
(Sumber: Pinterest.com)

4. Kolom demi Kolom (*Column-by-Column*): Setiap kolom vertikal memiliki tema atau gaya tertentu.



Gambar 5. *Layout feeds column-by-column*
(Sumber: Pinterest.com)

Tipografi

Tipografi merupakan elemen kunci dalam desain komunikasi visual yang berperan sebagai pembentuk identitas sekaligus penyampai pesan, terutama pada platform visual seperti Instagram. Pemilihan tipografi yang tepat membantu meningkatkan keterbacaan pada perangkat seluler, memperkuat citra merek, serta menjaga konsistensi visual di berbagai format konten. Dalam desain digital, tipografi perlu memperhatikan aspek keterbacaan, kenyamanan baca, dan keselarasan visual agar pesan tetap jelas dan efektif meskipun ruang teks terbatas (Singh & Sharma, 2021).

Berdasarkan klasifikasi umum dan relevansinya dalam konteks desain feeds Instagram, berikut adalah jenis-jenis font yang sering digunakan pada feeds Instagram:

1. *Font sans-serif*

Font sans-serif merupakan jenis huruf sederhana dan modern yang memiliki keterbacaan tinggi pada tampilan digital, sehingga banyak digunakan pada *feeds* Instagram. Contoh *font* yang umum dipakai antara lain Montserrat, Poppins, dan Instagram Sans sebagai identitas visual resmi Instagram (Meta, 2022), karena mampu menghadirkan kesan profesional dan kontemporer yang sesuai dengan audiens digital (Musemind, 2023).

SANS-SERIF

Aa

Gambar 6. Font sans-serif
(sumber: Copas.id)

2. *Font Serif*

Font serif merupakan jenis huruf berkait yang menghadirkan kesan elegan, klasik, dan profesional. Dalam desain media sosial, font ini umumnya digunakan sebagai elemen pendukung seperti judul atau kutipan untuk menciptakan kontras visual, serta mampu menampilkan nuansa kepercayaan dan daya tarik estetika yang kuat (Lemos & Nobre, 2020).

SERIF

Aa

Gambar 7. Font Serif
(sumber: Copas.id)

3. Font script

Font script merupakan jenis huruf bergaya tulisan tangan dengan goresan mengalir yang memberi kesan personal dan artistik. Dalam media sosial, font ini digunakan secara terbatas untuk elemen dekoratif seperti judul atau kutipan emosional, karena tingkat keterbacaannya lebih rendah dibandingkan font sans-serif (Singh & Sharma, 2021).



Gambar 8. Font Script
(Sumber: Threerooms)

METODE PERANCANGAN

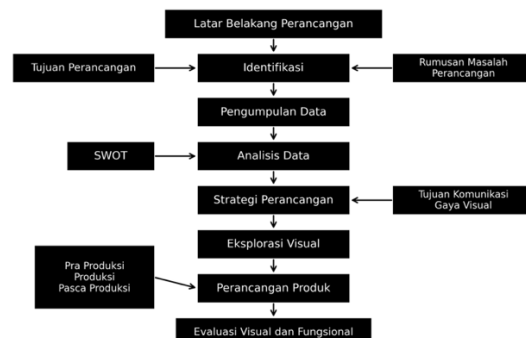
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode perancangan sebagai kerangka utama untuk menghasilkan Visual Guideline media sosial dan *feeds* Instagram Garis Arsitek. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi eksisting, permasalahan visual di Instagram. Objek penelitian difokuskan pada akun Instagram Garis Arsitek sebagai media komunikasi visual utama. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2025 dengan lokasi penelitian berada di lingkungan kerja Garis Arsitek, baik melalui pertemuan langsung maupun komunikasi daring. Sasaran penelitian adalah pemilik sekaligus pengelola akun Instagram Garis Arsitek, Bapak Iwan Toni, yang berperan sebagai informan utama dalam memberikan data terkait karakter *brand*, strategi komunikasi, kendala visual, serta harapan terhadap hasil perancangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan informan utama untuk menggali informasi mengenai keunggulan dan ciri khas Garis Arsitek, strategi membangun kepercayaan klien, kendala dalam mendesain *feeds* Instagram, tantangan menyampaikan konsep arsitektur kepada audiens non-arsitektur, pandangan terhadap peluang pasar hunian *American Classic*, peran media sosial dalam memperkuat citra merek, serta tingkat persaingan di bidang arsitektur dan desain interior. Wawancara dilakukan secara langsung dan daring dengan tetap membuka kemungkinan berkembangnya topik selama proses diskusi. Selain itu, observasi dilakukan terhadap akun Instagram Garis Arsitek untuk menganalisis kondisi visual eksisting, meliputi konsistensi warna, tipografi, *layout*, struktur *feeds*, *tone* visual, jenis konten, frekuensi unggahan, serta pola komunikasi visual dengan audiens. Observasi pembandingan juga dilakukan pada akun Instagram kompetitor di bidang properti dan arsitektur dengan jumlah pengikut sebanding guna mengidentifikasi strategi visual, gaya desain, dan bentuk interaksi yang relevan dan kompetitif. Metode dokumentasi digunakan untuk mengkaji aset visual Garis Arsitek, seperti logo, palet warna, tipografi, *template feeds*, dan elemen grafis pendukung, sebagai dasar penilaian konsistensi identitas visual dan landasan perancangan Visual Guideline.

Data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku referensi, dan publikasi digital yang relevan dengan desain komunikasi visual, pemasaran digital, media sosial, dan Visual Guideline. Sumber internet dimanfaatkan secara selektif untuk memperoleh data terkini, laporan institusi, dan referensi pendukung dengan mempertimbangkan kredibilitas serta relevansi akademis. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Garis Arsitek dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi. Analisis ini digunakan untuk memetakan potensi internal seperti kualitas portofolio dan karakter desain, serta tantangan eksternal seperti persaingan industri dan perubahan algoritma media sosial, sehingga menjadi dasar perumusan strategi visual yang tepat.

Proses perancangan dilakukan secara sistematis melalui skematika perancangan yang menggambarkan alur kerja dari identifikasi permasalahan rendahnya engagement akun Instagram Garis Arsitek hingga implementasi hasil desain. Tahapan perancangan meliputi analisis SWOT dan riset media sosial Instagram untuk memahami tren visual, algoritma, serta perilaku audiens, penentuan strategi promosi digital melalui penyusunan content calendar, jenis konten, dan jadwal unggah. Perumusan konsep kreatif dan pesan visual yang

merepresentasikan identitas Garis Arsitek, perancangan desain visual untuk berbagai format konten, serta penetapan elemen desain seperti tipografi, palet warna, ikonografi, dan sistem layout. Seluruh elemen tersebut kemudian dikompilasi ke dalam dokumen *Visual Guideline* sebagai panduan praktis dan aplikatif. Tahap akhir berupa publikasi konten pada akun Instagram Garis Arsitek sebagai implementasi hasil perancangan dan dasar evaluasi efektivitas *Visual Guideline* dalam meningkatkan konsistensi visual, *engagement*, dan jangkauan audiens.



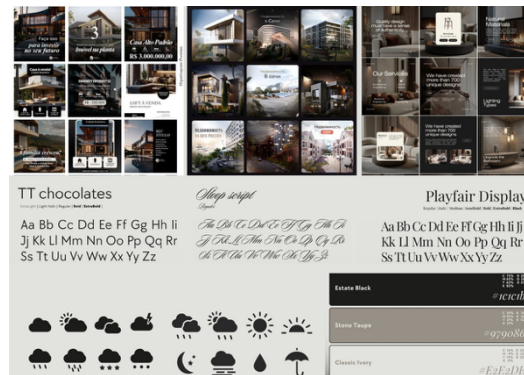
Gambar 9. Skematika Perancangan
(Sumber: Siregar, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil perancangan konsep komunikasi dan konsep visual dari *Visual Guideline* media sosial Instagram Garis Arsitek yang dirancang untuk menjawab permasalahan ketidakkonsistenan tampilan konten. Konsep komunikasi difokuskan pada pembentukan sistem visual yang rapi, konsisten, dan berkarakter guna merepresentasikan profesionalisme Garis Arsitek sebagai studio arsitektur. Tema besar yang diusung menekankan konsistensi visual yang bersifat timeless, sehingga konten tidak bergantung pada tren sesaat, tetapi mengutamakan keterbacaan, proporsi, dan estetika yang selaras dengan karakter rumah *American Classic*. Pesan komunikasi disusun secara terstruktur melalui alur visual yang menonjolkan fasad sebagai fokus utama, diikuti detail arsitektur, variasi suasana, dan penegasan *call to action*, dengan penyampaian verbal yang ringkas, profesional, dan persuasif.

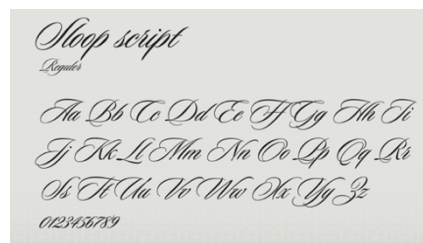
Konsep visual diterjemahkan melalui gaya *American Classic* dengan pendekatan editorial *clean* yang menempatkan karya arsitektur sebagai pusat perhatian. Sistem visual dibangun melalui penggunaan layout yang konsisten, *white space* yang memadai, tipografi dan palet warna yang elegan, serta elemen grafis minimal yang fungsional. Gaya ini dirancang fleksibel untuk mengakomodasi variasi foto tanpa mengubah identitas visual secara keseluruhan, sehingga setiap unggahan tetap terasa seragam, mudah dikenali, dan berkesinambungan. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan sistem visual yang terukur mampu meningkatkan keteraturan *feed*, memperjelas hierarki informasi, serta mendukung penyampaian pesan *brand* secara profesional dan efektif melalui Instagram.

Moodboard disusun sebagai landasan visual awal dalam perancangan *Visual Guideline* media sosial dan feeds Instagram Garis Arsitek untuk membentuk citra profesional, berkelas, dan *timeless* dengan karakter *Classic* sebagai kekuatan utama brand. Komposisi moodboard memuat referensi feed Instagram arsitektur dengan gaya *editorial clean*, menonjolkan visual karya sebagai fokus utama, didukung tata letak *grid* yang rapi, penggunaan *white space* yang seimbang, teks ringkas sebagai penanda informasi, serta *tone* gelap yang konsisten untuk menciptakan kesan eksklusif. Palet warna netral klasik dan memberi aksen hangat digunakan untuk menjaga harmoni visual dan konsistensi antar konten. Sistem tipografi dirancang dengan hierarki yang jelas melalui kombinasi Sloop Script dan Playfair Display pada judul dan subjudul untuk membangun kesan elegan dan khas, serta TT Chocolates untuk teks isi agar tetap nyaman dibaca pada layar gawai.



Gambar 10. Moodboard
(Sumber: Siregar, 2025)

Sistem tipografi pada Visual Guideline Garis Arsitek menggunakan tiga jenis huruf untuk membangun nuansa classic sekaligus menjaga keterbacaan pada layar ponsel, yaitu Sloop Script, Playfair Display, dan TT Chocolates. Kombinasi ini disusun agar hierarki informasi jelas: judul tampil berkarakter, subjudul tegas, dan isi tetap nyaman dibaca pada format carousel.



Gambar 11. Font Sloop Script
(Sumber: Siregar, 2025)

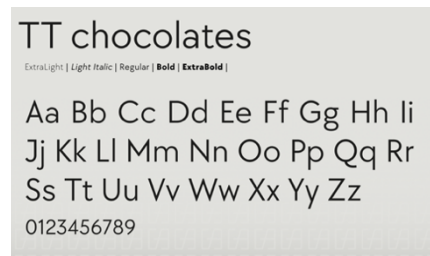
Sloop Script digunakan sebagai aksan pada *headline* tema di atas visual karya karena karakter goresannya memberi kesan elegan dan berkelas, sehingga selaras dengan nuansa *American Classic*. Penerapannya dibatasi secukupnya, yaitu hanya pada huruf pertama pada *headline*, dan tidak digunakan untuk teks panjang agar keterbacaan tetap terjaga.



Gambar 12. Font Playfair Display
(Sumber: Siregar, 2025)

Playfair Display digunakan untuk memperkuat kesan *classic editorial* dan membangun hirarki yang tegas pada *headline/sub headline*. Serif dengan kontras *stroke* yang kuat membantu menciptakan tampilan yang mewah namun tetap formal, sehingga sesuai untuk konten arsitektur yang menekankan detail, proporsi, dan

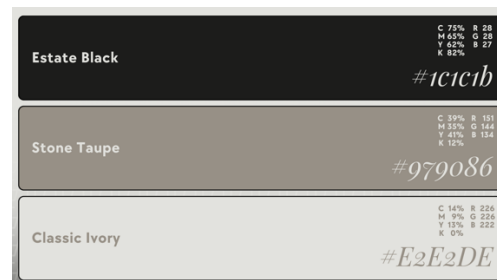
memberikan kesan “*timeless*”. Playfair Display juga cocok dipadukan dengan Sloop Script karena memberi keseimbangan antara dekoratif dan struktur.



Gambar 13. Font TT Chocolates
(sumber: Siregar, 2025)

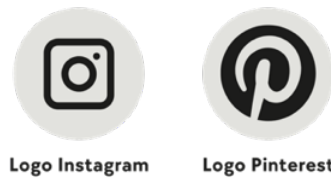
TT Chocolates digunakan untuk *body text*, informasi singkat, dan *call to action* karena memiliki karakter yang lebih bersih dan stabil untuk keterbacaan. Pemilihan ini membantu memastikan teks informatif pada *carousel* (misalnya keterangan detail atau ajakan di *slide* penutup) tetap jelas di berbagai ukuran layar, sekaligus menjaga tampilan tetap modern tanpa menghilangkan nuansa klasik dari kombinasi tipografi keseluruhan.

Palet warna Visual *Guideline* Garis Arsitek dirancang untuk membangun kesan elegan, profesional, dan berkarakter melalui perpaduan warna yang saling melengkapi. *Estate Black* (#1C1C1B) digunakan sebagai warna dominan, terutama sebagai background utama, untuk menciptakan nuansa tegas dan premium sekaligus menjadi bidang kuat yang menonjolkan foto dan elemen visual lainnya; warna ini juga dapat diterapkan sebagai teks pada latar terang dengan tetap menjaga keterbacaan. *Classic Ivory* (#E2E2DE) berperan sebagai warna terang yang menghadirkan kesan bersih, hangat, dan rapi, serta digunakan terutama sebagai warna teks di atas background gelap guna memastikan kontras yang nyaman di layar gawai, sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai elemen grafis pendukung. Sementara itu, *Stone Taupe* (#979086) berfungsi sebagai warna aksen untuk menyeimbangkan keseluruhan *tone* agar tetap hangat dan klasik, digunakan secara terbatas pada elemen sekunder seperti *shape*, panel informasi, atau pembingkai agar desain terlihat variatif tanpa mengalihkan fokus utama.



Gambar 14. Color Pallate
(Sumber: Siregar, 2025)

Ikonografi adalah elemen visual pendukung yang bersifat informatif dan minimalis, sehingga tidak mengalihkan perhatian dari visual utama karya. Ikon dirancang dengan gaya *outline* tipis yang konsisten, bentuk sederhana, dan mudah dikenali, serta digunakan dalam ukuran kecil dengan penempatan yang terkontrol agar menyatu dengan sistem *layout*. Kehadiran ikon berfungsi untuk mengarahkan audiens ke platform media sosial terkait sekaligus mempertegas identitas akun Garis Arsitek, tanpa mengurangi kerapian komposisi maupun kesan profesional pada keseluruhan desain.



Gambar 15. Ikon Sosial Media
(Sumber: Siregar, 2025)

Konsep layout dalam Visual Guideline Garis Arsitek dirancang sebagai sistem tata letak yang konsisten untuk memastikan setiap konten Instagram memiliki komposisi yang rapi, seimbang, dan mudah dikenali. Layout berfungsi sebagai pengatur posisi foto, judul, teks pendukung, logo, dan *call to action* agar *feed* tetap seragam meskipun menampilkan proyek yang berbeda. Fokus utama diletakkan pada visual karya arsitektur, sementara elemen teks digunakan secara terbatas sebagai penjelas informasi tanpa mengganggu tampilan karya.

Prinsip keterbacaan dan kejelasan dalam layout diterapkan melalui pengaturan kontras yang seimbang, ukuran teks yang proporsional, serta pemanfaatan *white space* agar tampilan tetap bersih dan informasi mudah dipahami. Hierarki visual disusun secara jelas untuk mengarahkan perhatian audiens mulai dari visual utama, judul, hingga *call to action*, sehingga pesan dapat ditangkap secara cepat dan intuitif. Konsistensi posisi elemen kunci seperti logo dan identitas visual dijaga pada setiap konten untuk memperkuat pengenalan *brand* dan membangun memori visual audiens. Selain itu, *layout* dirancang adaptif terhadap berbagai format Instagram, baik *feed*, *story*, maupun *reels*, dengan memperhatikan *safe area* agar elemen penting tidak tertutup antarmuka platform dan tetap nyaman dilihat pada perangkat seluler.

Gaya visual fotografi diarahkan untuk menampilkan karya Garis Arsitek secara meyakinkan melalui pendekatan *editorial* yang natural dan terkurasi. Foto menggunakan *tone* warna yang hangat dan tidak berlebihan, dengan komposisi yang rapi untuk menonjolkan proporsi bangunan serta detail material secara jelas. Kualitas gambar dijaga tetap tajam dengan pencahayaan yang terkontrol, sehingga setiap karya terlihat profesional dan informatif. Konsistensi treatment visual juga diterapkan agar tampilan *feed* tetap seragam meskipun setiap proyek memiliki perbedaan kondisi pencahayaan dan suasana. Pendekatan ini bertujuan memperkuat citra Garis Arsitek sebagai studio arsitektur yang profesional, *detail-oriented*, dan memiliki karakter *classic* yang kuat.



Gambar 16. Contoh Fotografi
(Sumber: Siregar, 2025)

Elemen grafis digunakan secara minimal dan terarah sebagai pendukung komunikasi visual, bukan sebagai dekorasi utama. Penggunaan *frame*, *shape*, dan ikon berfungsi untuk menegaskan struktur konten dan memperkuat *mood* visual. Seluruh elemen grafis wajib mengikuti palet warna serta aturan penggunaan yang telah ditetapkan agar identitas visual Garis Arsitek tetap stabil, konsisten, dan mudah dikenali pada setiap unggahan.

Pada fase awal perancangan Visual Guideline Garis Arsitek, dilakukan pembuatan sketsa kasar atau wireframe digital untuk merumuskan struktur halaman, hierarki informasi, serta pola tata letak yang konsisten. Tahap ini berfokus pada arsitektur informasi dan komposisi makro dokumen, sehingga setiap bagian Visual Guideline tersusun runtut, mudah dipahami, dan siap dipakai sebagai acuan produksi konten Instagram.

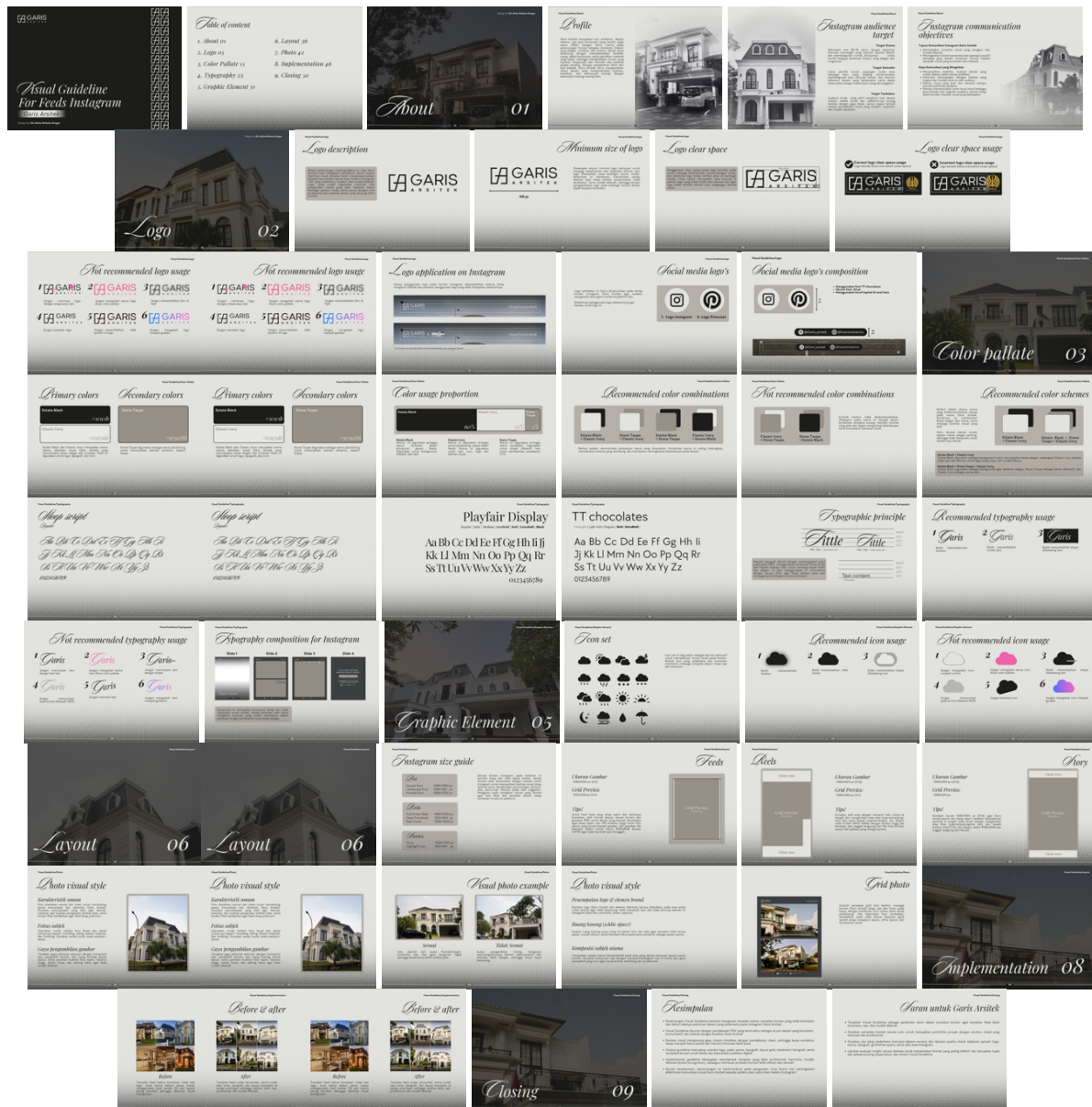


Gambar 17. Sketsa Visual Guideline
(Sumber: Siregar, 2025)

Setelah struktur dasar Visual Guideline disepakati melalui tahap sketsa/wireframe, tahap berikutnya adalah pengembangan prototype atau mockup visual dari bagian-bagian kunci Visual Guideline dalam bentuk final atau mendekati final. Prototype ini merepresentasikan bagaimana Visual Guideline akan terlihat ketika dicetak (A4 landscape) maupun ketika diakses secara digital, dengan seluruh elemen visual (palet warna,

“Perancangan Visual Guideline Media Sosial Dan Feeds Instagram Garis Arsitek”

tipografi, treatment foto, serta elemen pendukung) diterapkan secara konsisten. Pada tahap ini, desain difokuskan untuk memastikan setiap aturan tidak hanya “tertulis”, tetapi juga terlihat jelas melalui contoh aplikasi, sehingga pengguna Visual Guideline dapat memahami standar secara cepat dan menerapkannya tanpa menebak-nebak.



Gambar 18. Hasil Visual Guideline
(Sumber: Siregar, 2025)

Desain *mockup* template layout dikembangkan khusus untuk format konten utama Garis Arsitek, meliputi *feed/carousel* dengan rasio 4:5 sebagai format utama dan 1:1 sebagai alternatif, serta *story* dan *reels* dengan rasio 9:16. Seluruh template dirancang agar presentasi karya tampil rapi, terkurasi, dan konsisten melalui tata letak yang clean, pemanfaatan *white space* yang memadai, serta sistem penempatan elemen yang seragam untuk menjaga kesan *classic-timeless*. Setiap template dilengkapi panduan posisi foto, judul, informasi singkat, elemen identitas seperti logo atau ikon kontak, serta *call-to-action* yang distandarisasi guna mempercepat proses

produksi dan meminimalkan revisi. Pada format carousel ditetapkan pola 4 slide sebagai sistem utama, terdiri atas visual utama sebagai pembuka, detail atau *close-up* sebagai pendalaman karya, variasi tampilan visual berdasarkan sudut atau suasana, dan penutup berisi CTA yang jelas. Sementara itu, template story dan reels memperhatikan penetapan *safe zone* agar teks dan elemen identitas tidak tertutup antarmuka Instagram, serta mengarahkan penggunaan *overlay* teks yang singkat agar fokus tetap pada visual karya. Dengan sistem ini, template berfungsi sebagai panduan aplikatif yang menjaga konsistensi tampilan akun Garis Arsitek di berbagai format sekaligus memudahkan penerapan Visual Guideline dalam produksi konten harian.

a. Media Utama

1. Buku Visual *Guideline*



Gambar 19. Mockup Buku Visual *Guideline*
(Sumber: Siregar, 2025)

b. Media Pendukung

1. X-Banner



Gambar 20. Mockup X-Banner
(Sumber: Siregar, 2025)

2. Flyer



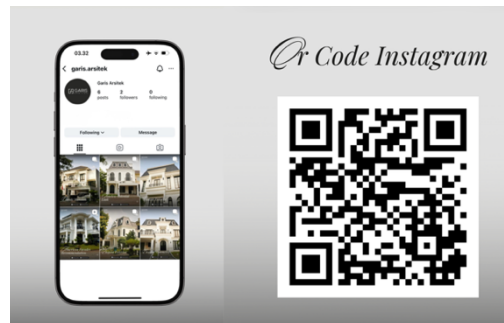
Gambar 21. Mockup Flyer
(Sumber: Siregar, 2025)

3. Kartu Nama



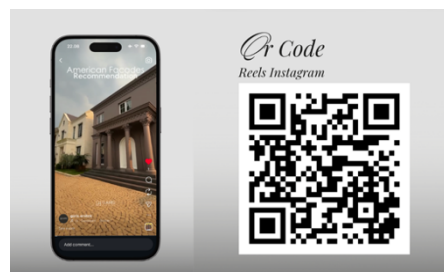
Gambar 22. Mockup Kartu Nama
(Sumber: Siregar, 2025)

4. Feeds Instagram



Gambar 23. *Feeds Instagram*
(Sumber: Siregar, 2025)

5. Video Reels Instagram



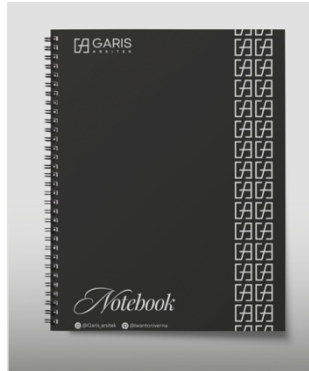
Gambar 24. *Video Reels Instagram*
(Sumber: Siregar, 2025)

6. Poster Infografis



Gambar 25. *Poster Infografis*
(Sumber: Siregar, 2025)

7. Notebook



Gambar 26. *Mockup Notebook*
(Sumber: Siregar, 2025)

8. *Tumbler*



Gambar 27. *Mockup Tumbler*
(Sumber: Siregar, 2025)

9. Bantal Sofa



Gambar 28. Mockup Bantal Sofa
(Sumber: Siregar, 2025)

10. Keychain



Gambar 29. Mockup Keychain
(Sumber: Siregar, 2025)

11. Sticker Die cut



Gambar 30. Sticker Die Cut
(Sumber: Siregar, 2025)

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan Visual *Guideline* media sosial dan *feeds* Instagram Garis Arsitek menghasilkan solusi yang terarah terhadap permasalahan utama berupa ketidakkonsistenan tampilan visual dan belum adanya pedoman desain yang sistematis dalam pengelolaan akun Instagram. Melalui pendekatan desain komunikasi visual yang terstruktur, perancangan ini mampu menyusun sistem visual yang konsisten, komunikatif, dan selaras dengan karakter Garis Arsitek sebagai biro arsitektur dan konstruksi berpengalaman. Konsep visual bergaya *american classic* dengan pendekatan *clean* menempatkan karya arsitektur sebagai fokus utama, sementara elemen desain berfungsi sebagai sistem pendukung yang memperjelas hierarki informasi dan memperkuat identitas visual. Visual *Guideline* yang dihasilkan mencakup standar penggunaan logo, palet warna, tipografi, *layout grid*, perlakuan visual fotografi, serta template konten, sehingga diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme tampilan akun, memudahkan proses produksi konten, serta memperkuat pengenalan merek dan kepercayaan audiens di media sosial.

Penerapan visual *guideline* secara konsisten disarankan agar menjadi acuan resmi dalam pengelolaan konten Instagram Garis Arsitek sehingga tampilan *feed* lebih terarah, rapi, dan mudah dikenali. Pengembangan konten lanjutan yang bersifat edukatif dan dokumentatif juga dapat dilakukan selama tetap mengikuti sistem visual yang telah dirancang agar keterlibatan audiens meningkat tanpa mengaburkan identitas *brand*. Bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan pedoman visual digital dengan memperluas kajian pada pengukuran dampak penerapan *guideline* terhadap performa media sosial, seperti engagement dan minat calon klien, serta integrasi lintas platform. Sementara itu, lembaga akademik diharapkan terus mendorong penelitian dan perancangan yang berorientasi pada kebutuhan industri kreatif agar karya akademik yang dihasilkan tidak hanya bernilai konseptual, tetapi juga aplikatif dan berdampak nyata.

REFERENSI

- Amalia, R. N., & Dianingati, R. S. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9-15.
- Fadhallah, R. A. (2021). Wawancara. Unj Press.
- Febriyani, A., & Martanto, M. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Kebutuhan Pokok Berbasis Web Pada Toko Khansaa. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 510-515.
- Lin, S., & Li, R. (2020). The Impact of Color on Visual Perception and Emotional Response in Digital Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), 125-138.
- Nikmah, A., & Ilham. (2025). Analisis Visual Konten Media Sosial Instagram @Sugeredi.Id Untuk Membangun Brand Image. *Journal on Education*, 7(2), 8350-8359.
- Pratama, D. A., & Putra, R. E. (2020). Perancangan Identitas Visual Branding Produk UMKM Kuliner Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 9(2), 203-214.
- Putri, I. K., & Ardiansah, I. (2024). Visual Guideline media sosial Instagram untuk penerapan elemen identitas yang konsisten. *Journal LPPM Unindra*, 11(3), 630-646.
- Safira, N., Costa Rica El Chidtian, A. S. ., & Aqidatun Nisa, D. . (2025). Strategi Perancangan Desain Feeds Konten Sosial Media Instagram Kampung Tani Kota Kediri. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 2165-2173.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Tomo, N. (2024). Analisis Prinsip Layout Tom Lichty Pada Feed Instagram Wardah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 14(2), 167-175.
- Wijaya, M. R., & Setyawan, H. R. (2025). Strategi Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media Di Era Digital. *JRME - VOLUME 2, NO. 1*, 362—372.
- Rangkuti, F. (2020). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet