



THE INFLUENCE OF INSTAGRAM FEED DESIGN ON PT THETA MEDIKA INDONESIA'S ENGAGEMENT

PENGARUH DESAIN FEED INSTAGRAM TERHADAP ENGAGEMENT PT THETA MEDIKA INDONESIA

Jena Sarita¹, Arbi Rizky Arifianto², Ibnu Farid³

Bisnis Digital Ekonomi & Bisnis, Institut Teknologi Insan Cendekia Mandiri

E-mail: jenasarita@iticm.ac.id¹, arbirizky2003@gmail.com², ibnu.farid09@gmail.com³

ARTICLE INFO

Correspondent

Jena Sarita

jenasarita@iticm.ac.id

Key words:

Branding, Social Media, Instagram, Design, Brand Awareness, Audience

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 811 - 819

ABSTRACT

In the rapidly evolving digital era, branding strategies through social media – particularly Instagram – play a crucial role in expanding business reach and introducing companies to a wider audience. Attractive, consistent, and unique branding design helps build a strong brand identity and capture audience attention. Through visual content such as images, videos, and graphics, companies can convey their values, personality, and distinctiveness. Utilizing creative features such as Instagram Stories, IGTV, and Reels also serves as an effective means to create interactive experiences for users. Strong branding on social media not only increases brand awareness but also drives audience engagement, expands reach organically, and builds a loyal community. Therefore, developing an appealing and creative branding design on social media is a strategic step toward achieving long-term business growth and success.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Jena Sarita <i>jenasarita@iticm.ac.id</i> Kata kunci: Branding, Media Sosial, Instagram, Desain, Kesadaran Merek, Audiens Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 811 - 819	Di era digital yang semakin berkembang, strategi branding melalui media sosial, khususnya Instagram, memiliki peranan penting dalam memperluas jangkauan bisnis dan memperkenalkan perusahaan kepada khalayak yang lebih luas. Desain branding yang menarik, konsisten, dan unik mampu membangun identitas merek yang kuat serta menarik perhatian audiens. Melalui konten visual seperti gambar, video, dan grafik, perusahaan dapat menyampaikan nilai, kepribadian, serta keunikan yang dimilikinya. Pemanfaatan fitur kreatif seperti Instagram Stories, IGTV, dan Reels juga menjadi sarana efektif untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi pengguna. Branding yang kuat di media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga mendorong keterlibatan audiens, memperluas jangkauan secara organik, dan membangun komunitas yang loyal. Oleh karena itu, membangun desain branding yang menarik dan kreatif di media sosial merupakan langkah strategis dalam mencapai pertumbuhan dan kesuksesan bisnis jangka panjang. <i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

PT THETA MEDIKA INDONESIA merupakan perusahaan kesehatan Mental THETA MEDIKA merupakan merk dari platform kesehatan mental Yang dikembangkan perusahaan PT.THETA MEDIKA INDONESIA, yang Fokus secara spesifik melayani Hipnoterapi, dengan memperluas jaringan Kemitraan praktisi kesehatan mental dan klinik kesehatan yang berpusat di Jawa timur didirikan pada tahun 2019 di Perumahan Jl. Green Lake No.11 Kota Surabaya Jawa Timur dan sekaligus kantor pusat PT.THETA MEDIKA INDONESIA. Perusahaan ini merupakan salah satu tempat pemagangan Peserta didik Lp3i Surabaya jurusan Visual Communication Design Multimedia tahun 2023.

Pemagangan saya berada divisi Desain grafis di, PT THETA MEDIKA Yang berlokasi Kota Surabaya, Jawa Timur. Untuk penempatan magang Dimulai sejak tanggal 16 Januari 2023 sampai 16 April 2023 mendatang Jobdesk yang dilakukan dalam divisi ini adalah, membuat desain untuk konten Feed sosial media instagram yang ditujukan untuk, meng edukasi karena Belum ada desain feed untuk konten edukasi

Berawal dari permasalahan tersebut maka saya mengangkatnya Menjadi bahan untuk laporan tugas akhir ini. Ide untuk membuat desain Konten edukasi feed instagram.

METODE PENELITIAN

Pembuatan desain feed instagram ini di terapkan pada PT Theta Medika Indonesia yang bertujuan untuk memberikan pengaruh pada engagement, terhadap akun instagram yang dimana PT Theta Medika Indonesia memiliki akun instagram namun belum memiliki desain feed instagram. Oleh karena itu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan jenis Penelitian kualitatif wawancara dan eksperimen dengan bertujuan agar desain feed instagram dapat Sesuai dengan yang diinginkan oleh

perusahaan dan juga untuk menaikkan engagement instagram. Wawancara dilakukan peneliti ketika sedang melakukan magang di PT Theta Medika Indonesia, dengan responden internal yaitu Pemegang akun dan staf marketing dengan tujuan visual desain feed sesuai Dengan target market dari PT Theta Medika Indonesia tahap berikutnya melakukan eksperimen hasil dari pembuatan desain feed instagram dengan merancang template visual seperti warna, layout, font, gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

POV (*Point of View*)

Dalam POV pertama, audience langsung melihat dan menangkap perhatian mereka pada font yang digunakan. Font yang dipilih memiliki peran penting dalam memberikan karakter, suasana, dan pesan yang ingin disampaikan melalui desain. Ketika audience melihat font tersebut, mereka dapat langsung membentuk kesan pertama dan mendapatkan pemahaman awal tentang gaya dan tema yang ingin disampaikan oleh pemilik feed Instagram.



Gambar 1. POV Feed

Setelah melihat font dalam POV pertama, audience kemudian menjelajahi gambar atau ilustrasi yang terdapat dalam desain feed tersebut. Gambar atau ilustrasi tersebut berfungsi sebagai pendukung visual dan memiliki peran dalam menyampaikan informasi atau menciptakan suasana yang lebih kuat. Dengan demikian, setelah fokus pada font, audience dapat melanjutkan untuk menjelajahi elemen visual yang ada, memperoleh konteks lebih lanjut, dan memperdalam pemahaman mereka tentang konten yang disajikan dalam feed Instagram tersebut.

Dengan urutan ini, penggunaan POV pertama dalam melihat desain feed Instagram mengarahkan perhatian audience terlebih dahulu pada font, yang kemudian diikuti dengan eksplorasi gambar atau ilustrasi. Hal ini memungkinkan untuk menciptakan pengalaman yang teratur dan memastikan bahwa elemen-elemen desain yang diinginkan, baik font maupun gambar, mendapatkan perhatian yang tepat dari audience.

Font

Dalam setiap slide, font konten menggunakan Creato Display yang membedakan ukuran dan ketebalannya. Pada slide pertama, font menggunakan ukuran 100 px untuk menarik minat audiens dalam melihat atau membaca isi konten feed. Sedangkan pada isi konten selanjutnya, ukuran font yang digunakan adalah 74 px dan 51 px. Dengan

perubahan ukuran font ini, konten menjadi lebih dinamis dan terstruktur dengan baik, memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan bagi audiens dan memungkinkan mereka untuk memahami informasi dengan jelas dan mudah. Dengan menggunakan Createo Display dan variasi ukuran font yang tepat, konten akan terlihat profesional, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

Layout

Menggunakan Type specimen layout sebagai layout yang digunakan untuk feed didasarkan pada pertimbangan utama, yaitu menempatkan penekanan yang lebih besar pada font daripada gambar yang digunakan. Dalam Type specimen layout, elemen-elemen desain yang berkaitan dengan tipografi seperti jenis huruf, ukuran, spasi antarhuruf, dan pengaturan teks menjadi pusat perhatian utama. Hal ini memungkinkan untuk menampilkan variasi font yang berbeda secara jelas dan efektif, sehingga memungkinkan pengguna untuk lebih memahami karakteristik dan keindahan setiap jenis huruf yang digunakan Berikut ini.



Gambar 2. Desain feed

Selain itu, dengan fokus yang lebih pada font, Type specimen layout juga memungkinkan untuk menampilkan teks dengan jelas dan mudah dibaca, terlepas dari kompleksitas gambar yang mungkin ada. Ini menjadi sangat penting jika feed tersebut berisi informasi, artikel, atau kutipan yang lebih bergantung pada konten teks daripada elemen visual. Dengan demikian, pengguna dapat dengan mudah dan cepat menyerap informasi yang disajikan melalui teks, sambil tetap memberikan nilai estetika yang kuat melalui penggunaan font yang dipilih dengan hati-hati.

Dalam konteks ini, meskipun gambar tetap ada dalam layout, Type specimen layout memperlakukan gambar lebih sebagai pendukung atau aksen visual daripada sebagai elemen utama yang mendominasi. Dengan demikian, gambar yang digunakan dalam feed cenderung lebih sederhana dan tidak bersaing dengan font dalam hal daya tarik visual. Dengan menjaga keseimbangan antara font dan gambar, Type specimen layout

menciptakan pengalaman yang kohesif dan fokus pada kekuatan dan pesona dari berbagai jenis huruf yang dipresentasikan dalam feed tersebut.

Warna

Menggunakan warna biru dan putih memiliki efek visual yang menarik dalam desain. Dalam hal ini, warna biru dipilih sebagai background utama, sementara warna putih digunakan sebagai warna untuk ornamen pendukung.

Dengan menggunakan warna biru sebagai background, dapat memberikan kesan ketenangan, kestabilan, dan kepercayaan. Warna biru sering kali dikaitkan dengan keadaan tenang, seperti langit biru atau lautan yang tenang. Ini dapat memberikan latar belakang yang netral dan mendukung bagi elemen desain lainnya. Selain itu, warna biru sering kali dikaitkan dengan bidang perawatan kesehatan secara umum. Banyak merek atau lembaga kesehatan menggunakan warna biru dalam identitas merek mereka. Oleh karena itu, penggunaan warna biru dalam klinik kesehatan dapat membantu menciptakan identifikasi yang kuat dengan industri perawatan kesehatan dan membantu pasien mengenali dan mengaitkan klinik dengan tempat perawatan yang kompeten dan handal. Sementara itu, warna putih digunakan sebagai warna untuk ornamen pendukung. Warna putih sering dikaitkan dengan kesucian, kebersihan, dan kesederhanaan. Penggunaannya dalam ornamen pendukung dapat memberikan kontras yang jelas dengan warna biru latar belakang, menyoroti dan mempertegas elemen desain yang penting. Warna putih juga memberikan kesan modern dan elegan, serta meningkatkan kelegaan visual dalam desain.

Kombinasi warna biru dan putih dalam desain ini menciptakan harmoni visual dan kontras yang menarik. Dengan menggunakan warna biru sebagai latar belakang yang tenang dan warna putih sebagai ornamen pendukung yang mencolok, desain tersebut dapat memberikan kesan yang menyegarkan dan estetika yang menyenangkan bagi pengamat.

AIDA

Attention



Gambar 3. Desain feed Slide 1

Dalam hal ini, judul tersebut secara langsung memiliki makna yang mendalam bagi seseorang, Pemilihan kata-kata yang tepat Dalam judul tersebut menciptakan ikatan emosional dengan audiens yang dituju. Yang menimbulkan rasa tertarik untuk membaca di slide berikutnya.

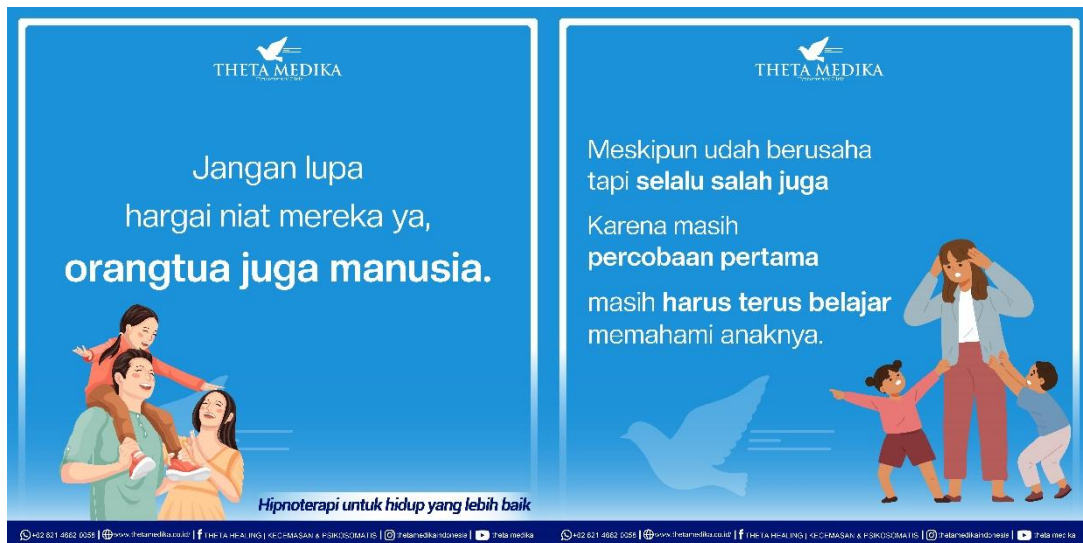
Interest



Gambar 4. Desain feed Slide 2 dan 3

Di slide ke 2 dan 3 audience tertarik membaca copywriting yang terdapat padadesain yang kemudian membuat perasaan dari audience tersentuh yang dimanasebagai alat untuk memancing ketertarikan untuk di slide berikutnya

Desire



Gambar 5. Desain feed Slide 4 dan 5

Di bagian ini pembaca sangat berkaitan dengan emosionalnya Karena perasaan bersalah pada orang tua atau masalah internal dengan Keluarga membuat empati dari audience yang dituju tersentuh dan Ingin masalah atau luka dari masa lalu terselasaikan.

Action

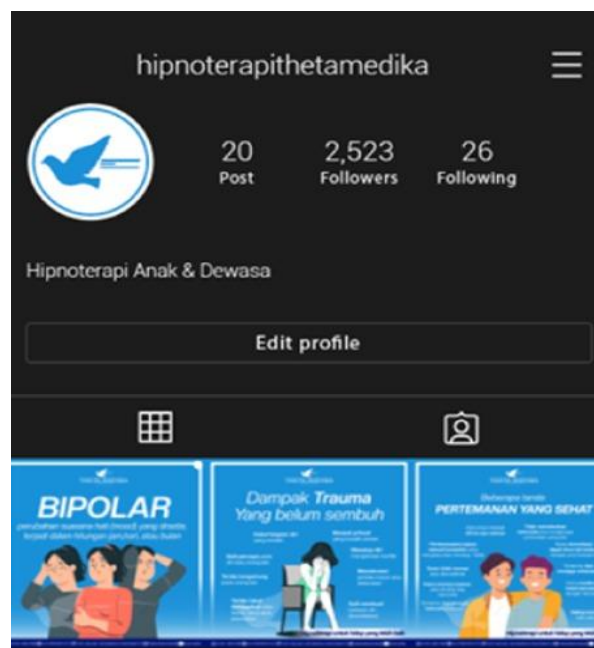


Gambar 6. Desain Feed Slide Terakhir Konten

Di tahap Action audience yang sudah membaca ke tahap Desire langsung ke tahap Action untuk langsung konsultasi masalah atau luka dari masalu yang ingin segera terselesaikan dengan hipnoterapi.

Hasil Desain Feed Instagram

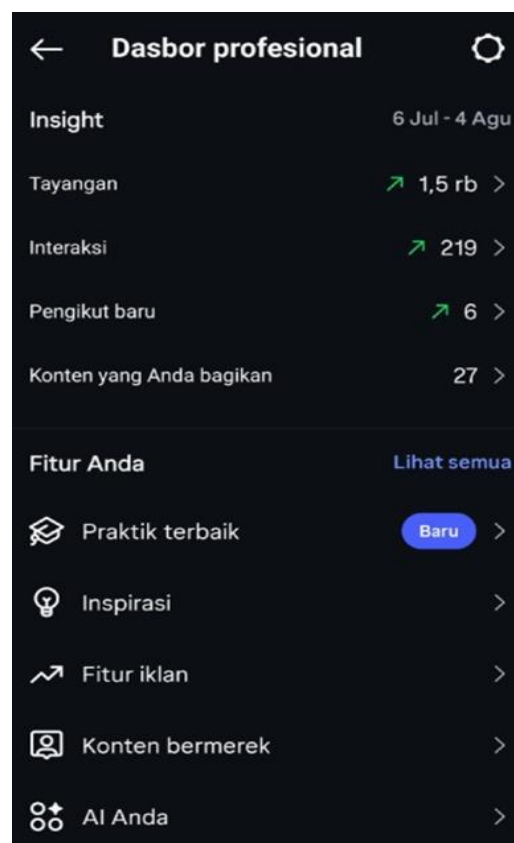
Dari hasil perancangan dan pembuatan desain visual yang telah dilakukan, dapat terlihat adanya pengaruh yang signifikan terhadap desain feed dalam meningkatkan engagement di akun instagram PT Theta Medika Indonesia. Desain visual yang dirancang secara strategis baik dari segi pemilihan warna, font, layout hingga konsistensi elemen visual dan mampu membangun koneksi yang lebih kuat dengan pengikut.



Gambar 7. Akun Instagram Hipnoterapi Thetha Medika



Gambar 8. Unggahan Instagram Hipnoterapi Thetha Medika



Gambar 9. Dasbor Profesional Instagram Hipnoterapi Thetha Medika

SIMPULAN

Di era digital yang semakin maju ini, membranding media sosial, terutama platform Instagram, menjadi suatu hal yang sangat penting. Alasannya adalah karena media sosial memiliki potensi yang luar biasa untuk memperluas jangkauan bisnis kita dan memperkenalkan perusahaan kepada khalayak yang lebih luas.

Dengan membangun identitas merek yang kuat dan konsisten melalui desain branding yang menarik dan unik, kita dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk melihat lebih dekat konten yang kita sajikan. Media sosial memberikan kesempatan yang sangat baik untuk mengkomunikasikan nilai-nilai dan kepribadian perusahaan kita melalui visual dan narasi yang menggugah.

Dalam hal desain branding, perlu diperhatikan bahwa tampilan yang menarik akan membuat audiens penasaran dan tertarik untuk menjelajahi lebih dalam tentang produk atau layanan yang kita tawarkan. Desain yang unik dan kreatif dapat membedakan perusahaan kita dari pesaing dan menciptakan daya tarik yang kuat bagi audiens kita.

Melalui media sosial, kita dapat mengunggah konten visual yang menarik seperti gambar, video, dan grafik yang mempresentasikan nilai dan keunikan perusahaan kita. Selain itu, kita juga dapat memanfaatkan fitur-fitur kreatif seperti Instagram Stories, IGTV, dan Reels untuk memberikan pengalaman yang menarik bagi audiens kita.

Dengan membangun branding yang kuat di media sosial, kita dapat meningkatkan kesadaran merek secara signifikan. Ketika audiens merasa terhubung dan tertarik dengan konten dan desain yang kita sajikan, mereka cenderung membagikan dan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini akan memperluas jangkauan merek kita secara organik dan membantu kita membangun komunitas yang bersemangat di sekitar merek kita.

Dengan demikian, membranding media sosial dengan desain branding yang menarik dan unik adalah langkah yang penting untuk memanfaatkan potensi besar dari platform-platform seperti Instagram. Ini adalah kesempatan untuk memperluas jangkauan, memperkenalkan perusahaan kita, dan menjalin hubungan yang kuat dengan audiens kita untuk menghasilkan pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Risma Megadini, and Meirina Lani Anggapuspa. 2021 Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya. Universitas Negeri Surabaya <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42446>
- Setyo Prihatmoko SE, S.Kom, M,Kom 2022 Fotografi Dalam Desain Grafis. Universitas Stekom <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/FOTOGRAFI-DALAM-DESAIN-GRAFIS/12dcc6888f432be60d822d3edb227aba1c831ca>
- Toba.ai 2023, 6 Fitur Instagram Populer yang Kamu Harus Tahu <https://toba.ai/blog/6-fitur-instagram-populer-yang-kamu-harus-tahu/>
- Vhanny, Agustini, Witarsa, 2015. Eksplorasi Aplikasi Alas Kaki Yang Terinspirasi Dari Kelom Geulis, Universitas Pendidikan Indonesia
- Yofie 2017 Sejarah instagram. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Yudi Widsman Drahta, S. Kom 2022 Layout Is the art of Communication
- Yunita Setyaningsih, 2023 Pengertian Layout Desain, Prinsip, Elemen, Tujuan, dan Manfaat. Dianisa.com <https://dianisa.com/pengertian-layout-desain/>