

# Perancangan Desain Feed Instagram sebagai Media Promosi dalam Mewujudkan Brand Identity Yo Kedai

Oleh:

Anjasmara Jati / 192022000067

Dr. Sufyanto S.Ag, M.Si

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2023



# Pendahuluan

- Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia berkembang dengan pesat. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, mempermudah segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh sebagian besar manusia. Salah satunya adalah munculnya media sosial. Media sosial hadir dengan berbagai macam kegunaan yang dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar manusia. Media sosial menjadi platform komunikasi serta menjadi ladang suatu bisnis. Dengan hal ini, media sosial dapat dimanfaatkan menjadi sarana dalam memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk yang dimiliki oleh siapapun.
- Menurut Rulli Nasrullah, Media sosial didefinisikan sebagai sarana komunikasi yang menggunakan internet untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berinteraksi dengan pengguna lain untuk menjalin hubungan sosial secara virtual.
- Media sosial Instagram sangat cocok dijadikan sebagai media promosi untuk menjalankan suatu bisnis baik berupa barang ataupun jasa.
- Menurut Firmansyah, ada beberapa hal untuk mengolah strategi promosi yang dapat menyakinkan empati, kesadaran dan sikap pembeli, yaitu (1) mempengaruhi perilaku konsumen dengan mengalihkan dan mengusahakan sikap pembeli terhadap produk dan merek, (2) menyakinkan konsumen dengan mengalihkan keyakinan, sikap, dan kemauan pembeli mengenai produk, (3) mengubah respon emosi dengan mempertimbangkan produk, (4) meningkatkan dengan potensi dari produk, dan (5) memberi informasi dengan mewujudkan pemahaman, faedah, dan keyakinan perdana mengenai produk.

# Pendahuluan

- Kebab *Frozen Yo Kedai* merupakan salah satu produsen kebab *frozen* yang dibuat menggunakan daging premium dan dikemas menggunakan kotak plastik bening. Kebab *Frozen Yo Kedai* telah berdiri sejak tahun 2022 yang bertempat di Kabupaten Pasuruan, Kecamatan Gempol, Desa Bulusari, Dusun Sukci. Kebab *Frozen Yo Kedai* melakukan pemasaran secara *online* yang berawal dari media sosial *whatsapp* dan kini beranjak ke media sosial Instagram.
- Melalui media promosi Instagram, *Yo Kedai Kebab Frozen* dapat menampilkan segala informasi dan gambar terkait produk untuk menarik perhatian calon konsumen dan mengunggah rasa penasaran konsumen untuk mencoba produk dari *Yo Kedai Kebab Frozen*.

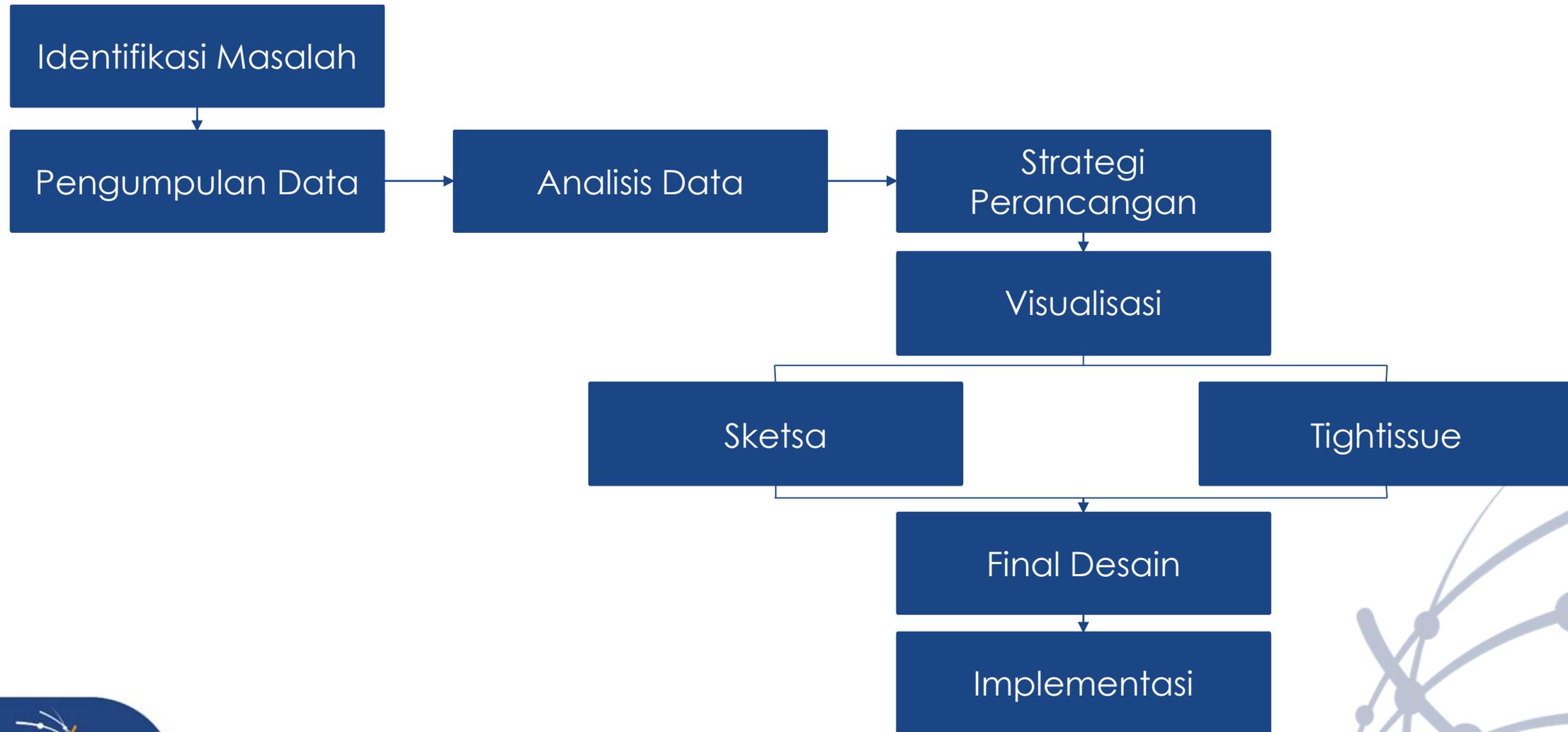
# Tujuan Penelitian

- mendeskripsikan proses rancangan desain feed instagram untuk digunakan sebagai sarana media promosi dalam mewujudkan brand identity.

# Metode

- Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif.
- Sumber data untuk penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi tentang kegiatan Yo Kedai yang diperoleh dari tanya jawab dengan pemilik Yo Kedai. Sementara itu, data sekunder yang tersedia saat ini berupa buku dan jurnal, kajian sastra internet, buku dan majalah di jejaring sosial media.
- Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan.
- Data yang terkumpul dijabarkan dengan menetapkan teknik analisis SWOT

# Kerangka Teoritik



# Hasil

- Teknik analisis data yang dipakai dalam rancangan ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT dipergunakan dengan mendapati kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh Yo Kedai Kebab *Frozen* dan disajikan dalam format *matriks*.

Dari pemaparan tabel matriks SWOT dapat membangun beberapa strategi berikut;

- Skema *Strength Opportunity*, dengan mempertahankan pemasaran produk dan kemasan produk yang sesuai dengan tema desain yang akan digunakan.
- Skema *Strength Threat*, memperkuat strategi promosi produk dan fokus pada keunggulan dipunyai.
- Skema *Weakness Opportuniy*, menerapkan kemasan serta tampilan feed instagram yang menarik
- Skema *Weakness Threat*, meningkatkan aktivitas periklanan maupun promosi produk.

# Hasil

- Proses desain berlangsung melalui tiga tahap: *sketsa*, *tight issue*, dan *final design* atau desain akhir. Selama fase sketsa dilakukan pembuatan sketsa yakni sketsa logo, sketsa desain kemasan produk, sketsa tata letak konten feed Instagram dan sketsa untuk sorotan Instagram.

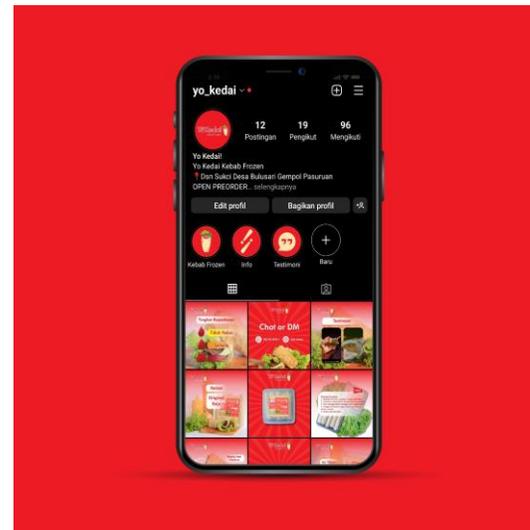
Final Logo



Final Stiker Kemasan



Final Tampilan Instagram



Final Sorotan Instagram



Final salah satu konten Instagram

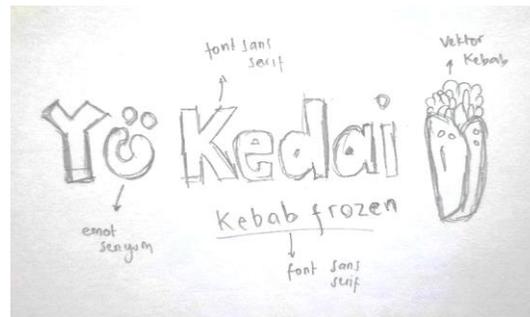


# Pembahasan

- Tema *design* pada rancangan desain tampilan Instagram adalah untuk menyampaikan raut segar, praktis, dan bersih. Peletakan konten yang menampilkan makanan siap saji kebab *frozen* Yo Kedai memungkinkan dapat dinikmati dalam aktivitas sehari-hari dan bersama orang terdekat.
- Tata letak yang diterapkan pada desain tampilan Instagram ini yaitu penggunaan panel kombo dan panel tunggal serta menerapkan kisi satu kolom dan tiga kolom.
- Warna yang digunakan sebagai warna primer adalah warna merah dan dipadukan warna krem dengan jingga, yang memberikan kesan hangat.
- Fotografi produk dari Yo Kedai Kebab *Frozen* dilakukan secara *close-up* atau dengan jarak yang dekat untuk menunjukkan dengan jelas kesegaran dan tekstur produk dari dekat. Fotografi bertemakan hangat, dengan menggunakan properti nuansa dapur. Foto diambil menggunakan bantuan lampu eksternal, dari sudut pandang dari sudut pandang pengambilan gambar yang berbeda yakni *overhead*, *30 derajat*, dan *high angle* untuk memberikan hasil foto yang bervariasi.

# Pembahasan

Proses *tight issue* logo menggunakan kombinasi warna merah sebagai warna utama. Logo Yo Kedai kebab frozen berbentuk tulisan atau teks. Pada tulisan Yo Kedai menggunakan *font Futura Bold* dengan kombinasi warna merah dengan *Outline* berwarna putih. Tulisan Yo Kedai pada huruf “o” dibuat bentuk menyerupai *emote* senyum yang memiliki arti pelayanan yang dilakukan oleh owner atau pemilik ramah dan murah senyum serta kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dikonsumsi. Sedangkan pada tulisan kebab frozen menggunakan *font futura light BT* dengan warna putih sebagai pendukung tulisan utama. Pada logo Yo Kedai kebab frozen terdapat vektor atau gambar kebab dengan posisi berdiri yang melambangkan bahwa Yo Kedai memproduksi dan menjual kebab beku atau *frozen*.



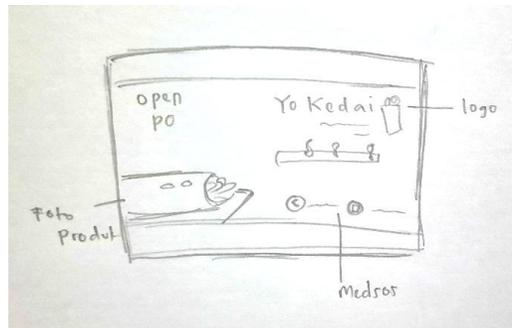
Sketsa Logo



Tighissue Logo

# Pembahasan

Proses *tight issue* desain kemasan pada kotak plastik mengambil warna tema yakni warna utama dengan warna merah dan warna pendukung dengan warna krem. Pada desain kemasan terdapat foto produk kebab yang menjadi fokus utama pada desain kemasan serta terdapat ornamen-ornamen pendukung seperti tingkat kepedasan, isi, sosial media, dan juga sistem pemesanan secara *pre-order*.



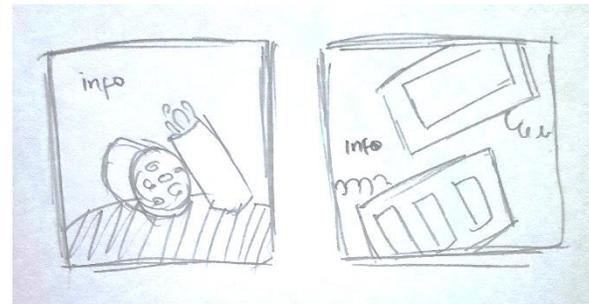
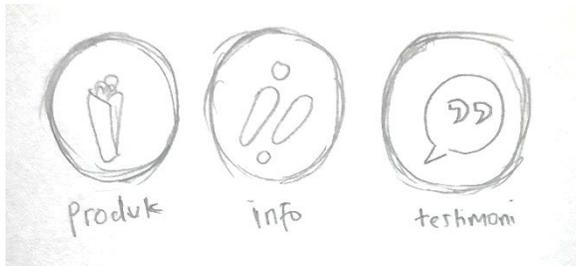
Sketsa Stiker Kemasan



Tighissue Stiker Kemasan

# Pembahasan

Proses *tight issue* konten *feed* Instagram dan *highlight* menggunakan tema warna yakni warna utama adalah merah dan warna pendukung adalah warna krem. Pada konten *feed* Instagram menggunakan foto produk sebagai fokus utama serta tambahan infografis pada konten.



Sketsa Highlight dan konten feed

Tighissue Highlight dan konten feed

# Temuan Penting Penelitian

- Pentingnya analisis SWOT dalam mengidentifikasi suatu brand atau merek dan mewujudkan brand identity

Analisis SWOT digunakan untuk menemukan kekuatan dan peluang Yo Kedai, serta kelemahan dan ancaman yang dihadapinya.

Sedangkan brand identity digunakan sebagai penanda merek dari suatu brand sehingga memiliki sebuah perbedaan.

# Kesimpulan

- Konsep desain memvisualisasikan keunggulan produk Kebab *Frozen Yo Kedai* dalam desain tampilan Instagram dengan tujuan untuk menciptakan karakteristik yang membedakannya dari pesain serupa. Proses perancangan desain diawali dengan identifikasi permasalahan, pengumpulan data dan analisis data, mendefinisikan ide perancangan desain, dan melewati fase sketsa, *tight issue*, dan Prototipe.
- Dalam merancang media promosi, perlu untuk mengumpulkan data produk secara mendetail. Hal ini penting untuk mengetahui keunggulan dan keunikan produk. Sehingga keunikan tersebut dapat diterapkan ke dalam sebuah desain yang dapat memberikan dampak perbedaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa desain feed instagram berperan sangat efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi dan promosi terkait produk Yo Kedai sehingga terwujudlah sebuah *brand identity* Yo Kedai yang berbeda dengan pesaing serupa.

# Referensi

- [1] D. Kirana, *Kebab : Lezat & Eksotis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [2] D. A. Aaker, *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press, 2008.
- [3] D. Kerpen, *Likeable Social Media*. USA: The McGraw Hill Companies, 2011.
- [4] C. Brogan, *Tactics and Tips to Develop Your Business Online*, John Wiley. Hoboken, New Jersey, 2011.
- [5] R. Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- [6] M. I. Idana, "Strategi Media Daring Instagram Sebagai Media Promosi Salad Nyoo," *J. Islam. Stud.*, vol. 6, 2018.
- [7] B. D. Atmoko, *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- [8] Alex and Andrew, "Complete Instagram Guide by Preview APP." 2018.
- [9] T. Fandy, *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- [10] G. Kotler, Philip & Armstrong, *Principles of marketing: global edition (14th ed.)*. New Jersey, US: Pearson Education, 2012.
- [11] M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- [12] S. Komang, *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- [13] H. Pratista, *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008.
- [14] JSP, "Pengertian Food Photography," 2019. <https://jsp.co.id/pengertian-food-photography/> (accessed Apr. 02, 2023).
- [15] R. Megadini and M. L. Anggapuspa, "Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya," *J. Barik*, vol. 3, no. 1, pp. 69–81, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.
- [16] A. B. Arifin, "Perancangan Layout Feed Instagram untuk Media Promosi pada PT. Satu Atap Indonesia," 2019.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet, 2016.

