

Pengembangan Desain Feed Instagram pada Toko Bunga bfloral.indo

Nidya Aurelia*, Chairael Adam**

* Informatics Engineering, Batam State Polytechnic

** Multimedia Engineering Technology, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Instagram Feed Design

Visual Identity

Social Media Promotion

Design Thinking

Branding

ABSTRACT

Instagram is one of the most widely used social media platforms for digital promotion because it combines visual and textual elements effectively. However, observations of the Instagram account @bfloral.indo indicated inconsistencies in the use of visual elements such as color, typography, layout, and visual style, resulting in a weak visual identity. This study aimed to develop an Instagram feed design for bfloral.indo to strengthen brand visual identity using the Design Thinking method. The research employed five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data collection was conducted through observation and interviews with internal parties involved in managing the Instagram account. The resulting design adopted a minimalist modern concept with an elegant and natural approach, implemented through a consistent color palette, typography, layout, and visual elements. The developed prototype consisted of product, promotional, informational, and seasonal content designs. The evaluation results showed that the design achieved a feasibility score of 82.67% from expert validation and 87.42% from respondent testing, both categorized as Very Good. These findings indicate that the developed Instagram feed design is feasible for implementation and can enhance visual consistency and strengthen the brand identity of bfloral.indo as a digital promotional medium.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Chairael Adam,

Departement of Multimedia Engineering Technology,

Politeknik Negeri Batam,

Ahmad Yani St, Teluk Tering, Kec Batam Kota, Batam, Riau Island, 29461, Indonesia.

Email: chairael@polibatam.ac.id

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital yang efektif bagi pelaku usaha. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak digunakan karena mampu menyampaikan informasi melalui kombinasi elemen visual dan teks secara menarik. Berdasarkan laporan *Digital 2024: Indonesia*, Instagram termasuk dalam jajaran media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbesar di Indonesia sehingga memiliki potensi besar sebagai media promosi dan *branding* bagi berbagai jenis usaha [1][2].

Salah satu usaha yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi adalah bfloral.indo yang bergerak di bidang penjualan bunga dan rangkaian florist. Sebagai media sosial yang mengutamakan komunikasi visual, Instagram menuntut setiap bisnis memiliki identitas visual yang konsisten agar mampu membangun karakter merek yang mudah dikenali oleh audiens. Wheeler menjelaskan bahwa identitas visual merupakan representasi nyata dari suatu merek yang mampu meningkatkan *brand recognition*, memperkuat diferensiasi dengan kompetitor, serta menyatukan berbagai elemen visual menjadi suatu sistem yang konsisten sehingga makna dan pesan merek dapat tersampaikan secara efektif [3]. Oleh karena itu, konsistensi penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, tata letak, dan elemen grafis menjadi aspek penting dalam mendukung aktivitas *branding* melalui media sosial [4].

Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram bfloral.indo, ditemukan bahwa penggunaan elemen visual pada feed masih bervariasi antar unggahan sehingga belum membentuk identitas visual yang konsisten.

Konten yang ditampilkan didominasi oleh dokumentasi produk dengan pendekatan visual yang berbeda-beda. Hasil wawancara dengan pihak internal juga menunjukkan bahwa belum terdapat pedoman visual yang digunakan sebagai acuan dalam pengelolaan konten. Kondisi tersebut menyebabkan penerapan warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual belum berjalan secara konsisten sehingga karakter visual merek belum terbentuk secara optimal. Permasalahan ini diperkuat oleh data *Instagram Insight* yang menunjukkan rata-rata *engagement rate* sebesar $\pm 0,75\%$ dari 10 unggahan terakhir dengan jumlah 2.954 pengikut. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa interaksi audiens terhadap konten masih belum optimal sehingga diperlukan pengembangan desain feed yang lebih terarah dan konsisten untuk memperkuat identitas visual serta mendukung efektivitas Instagram sebagai media promosi digital.

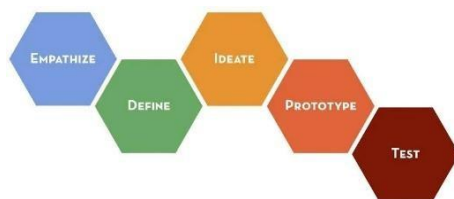
Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan dan perancangan ulang feed Instagram dapat membantu meningkatkan konsistensi visual, memperkuat karakter merek, serta mendukung aktivitas promosi digital [5][6][7]. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada pembuatan konten visual atau redesain feed Instagram dan belum secara khusus membahas proses pengembangan desain feed yang dilakukan secara sistematis melalui penerapan elemen visual yang konsisten untuk membangun identitas visual merek serta dievaluasi melalui validasi ahli dan persepsi pengguna.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak hanya menghasilkan desain feed Instagram baru, tetapi juga mengembangkan konsep visual yang disusun secara sistematis menggunakan metode *Design Thinking*. Konsep tersebut diterapkan melalui penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan elemen visual yang konsisten sesuai karakter bfloral.indo, kemudian dievaluasi melalui validasi ahli dan uji responden. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memperkuat identitas visual merek sebagai media promosi digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan mengembangkan desain feed Instagram bfloral.indo menggunakan metode *Design Thinking*. Metode ini dipilih karena mampu membantu proses pengembangan desain secara terstruktur melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [8]. Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan desain feed Instagram yang lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan karakter visual bfloral.indo sehingga mampu memperkuat identitas visual merek serta mendukung efektivitas Instagram sebagai media promosi digital.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* yang berfokus pada pengembangan solusi berdasarkan kebutuhan pengguna (*human-centered design*). Metode ini dipilih karena mampu membantu proses pengembangan desain secara sistematis, mulai dari identifikasi permasalahan hingga evaluasi hasil desain. Tahapan penelitian mengacu pada model *Design Thinking* dari d.school Stanford University yang terdiri atas lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [8].



Gambar 1 Diagram *Design Thinking*
Sumber : Stanford d.School

2.1 Empathize

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kondisi aktual feed Instagram bfloral.indo serta mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan konsistensi identitas visual feed Instagram. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi difokuskan pada penggunaan warna, tipografi, tata letak, gaya visual, dan tampilan grid feed. Wawancara dilakukan kepada dua narasumber yang terlibat dalam pengelolaan media sosial, yaitu tim media sosial dan supervisor bfloral.indo. Daftar pertanyaan wawancara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan
1	Bagaimana penilaian Anda terhadap tampilan <i>feed Instagram</i> Toko Bunga bfloral.indo saat ini?
2	Apakah sudah terdapat panduan atau standar visual dalam pengelolaan konten Instagram?
3	Kendala apa yang dihadapi dalam menjaga konsistensi tampilan visual <i>feed Instagram</i> ?

4	Bagaimana proses pembuatan konten Instagram dari awal hingga dipublikasikan?
5	Menurut Anda, apakah tampilan feed saat ini sudah mencerminkan identitas visual merek? Jelaskan alasannya.
6	Elemen visual apa saja yang menurut Anda masih perlu diperbaiki (warna, tipografi, tata letak, atau gaya visual)?
7	Bagaimana harapan Anda terhadap tampilan <i>feed Instagram</i> ke depannya?
8	Apakah diperlukan pengembangan desain feed Instagram? Mengapa?
9	Seberapa penting peran tampilan visual <i>feed Instagram</i> dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat audiens?

2.2 Define

Tahap *define* bertujuan untuk merumuskan permasalahan utama berdasarkan data yang diperoleh pada tahap *empathize*. Data hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang menjadi dasar dalam perumusan kebutuhan desain feed Instagram bfloral.indo [10].

2.3 Ideate

Mind mapping digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar gagasan serta menentukan konsep visual utama yang menjadi dasar pengembangan desain. *Moodboard* kemudian disusun untuk menerjemahkan konsep tersebut ke dalam referensi visual berupa warna, tipografi, fotografi, dan tata letak.

2.4 Prototype

Pada tahap *prototype*, konsep visual yang telah ditentukan diterjemahkan ke dalam bentuk desain digital sebagai representasi awal dari solusi yang diusulkan. Perancangan dilakukan menggunakan pendekatan minimalis modern dengan karakter visual *elegant* dan *natural* yang diterapkan melalui penggunaan palet warna *cream, beige, soft pink, dan sage green* yang merepresentasikan karakter elegan, lembut, dan natural. Kombinasi tipografi Cormorant Garamond dan Poppins dipilih untuk memberikan kesan premium sekaligus menjaga keterbacaan informasi.

Prototype dikembangkan berdasarkan hasil *mind mapping, moodboard, dan thumbnail desain* yang telah disusun pada tahap *ideate*. Pengembangan desain difokuskan pada beberapa jenis konten Instagram, yaitu konten produk, konten promosi, konten informatif, dan konten *call to action*. Setiap desain dirancang dengan memperhatikan prinsip desain komunikasi visual seperti *unity, balance, hierarchy, contrast, alignment, dan white space* untuk menghasilkan tampilan yang terstruktur, mudah dipahami, dan konsisten secara visual.

Hasil *prototype* berupa alternatif desain feed Instagram yang selanjutnya digunakan pada tahap *test* untuk memperoleh penilaian dan masukan terhadap kelayakan desain yang dikembangkan.

2.5 Test

Tahap *Test* merupakan tahap akhir dalam metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kelayakan desain feed Instagram yang telah dikembangkan melalui proses validasi dan pengujian pengguna [9]. Pengujian dilakukan melalui dua tahap, yaitu validasi ahli dan uji responden.

Validasi ahli dilakukan untuk memperoleh penilaian terhadap aspek visual dan kesesuaian desain dengan tujuan pengembangan. Selanjutnya, uji responden dilakukan kepada 30 pelanggan bfloral.indo yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria berusia 18–35 tahun, aktif menggunakan Instagram, serta pernah membeli produk bfloral.indo minimal satu kali. Kriteria tersebut dipilih karena responden merupakan target pengguna yang memiliki pengalaman terhadap produk dan promosi yang dilakukan oleh bfloral.indo sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih relevan terhadap desain feed Instagram yang dikembangkan [11].

Instrumen pengujian menggunakan kuesioner berbasis skala Likert 1–5 yang terdiri atas kategori Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Instrumen pengujian terdiri atas 15 pernyataan yang dikelompokkan ke dalam lima aspek penilaian, yaitu warna, tipografi, tata letak, kesatuan visual, dan kesesuaian desain dengan identitas visual merek. Ringkasan aspek penilaian ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Aspek Penilaian Desain Feed Instagram

No	Pernyataan
1	Penggunaan warna pada desain feed Instagram terlihat konsisten
2	Tipografi yang digunakan mudah dibaca
3	Tata letak informasi pada desain mudah dipahami

4	Desain feed Instagram memiliki kesatuan visual antar unggahan
5	Desain feed Instagram sesuai dengan karakter visual <i>brand</i> florist

Masing-masing aspek dijabarkan ke dalam beberapa indikator sehingga total instrumen pengujian terdiri atas 15 pernyataan. Data hasil pengujian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Persentase kelayakan dihitung dengan membandingkan total skor yang diperoleh terhadap skor ideal menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{\text{Total Skor Diperoleh}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Hasil persentase kemudian diinterpretasikan berdasarkan kategori kelayakan yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kategori Kelayakan
Sumber : Budi et al. [11]

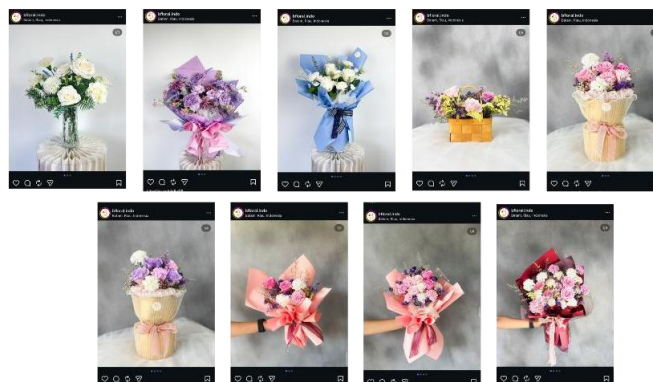
Persentase	Kategori
0-20%	Tidak Baik
21-40%	Kurang
41-60%	Cukup
61-80%	Baik
81-100%	Sangat Baik

3. RESULTS AND ANALYSIS

3.1 Empathize

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kondisi visual feed Instagram Toko Bunga bfloral.indo serta mengidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam pengelolaan konten media sosial. Pada tahap ini, pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap feed Instagram dan wawancara dengan pihak internal yang terlibat dalam pengelolaan akun.

3.1.1. Hasil Observasi Feed Instagram bfloral.indo



Gambar 2 Tampilan Feed Instagram toko bunga bfloral.indo (Sebelum Pengembangan)

Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 2 menunjukkan kondisi feed Instagram bfloral.indo sebelum dilakukan pengembangan desain. Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual masih bervariasi antar unggahan sehingga belum membentuk identitas visual yang konsisten. Observasi dilakukan terhadap beberapa unggahan feed Instagram dengan fokus pada aspek warna, tipografi, tata letak, gaya visual, dan grid feed. Hasil observasi dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Observasi Feed Instagram bfloral.indo

Aspek	Temuan
Warna	Belum terdapat palet warna yang konsisten.
Tipografi	Konten minim penggunaan teks
Tata Letak	tata letak cenderung monoton

Gaya Visual	Belum memiliki karakter visual yang konsisten
Grid Feed	Belum menunjukkan pola visual yang terstruktur

Berdasarkan hasil observasi, penggunaan warna pada feed Instagram belum menunjukkan pola yang konsisten sebagai identitas visual akun sehingga setiap unggahan belum memiliki keterkaitan visual yang kuat. Selain itu, sebagian besar konten hanya menampilkan visual produk tanpa dukungan tipografi yang memadai sehingga fungsi komunikasi visual sebagai penyampai informasi belum dimanfaatkan secara optimal. Dari aspek tata letak dan gaya visual, konten masih menggunakan komposisi yang serupa pada setiap unggahan serta belum memiliki karakter visual yang kuat. Tampilan grid feed juga belum menunjukkan pola yang terstruktur sehingga prinsip kesatuan (*unity*), konsistensi, dan ritme visual belum terbentuk secara optimal.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa diperlukan pengembangan desain feed yang mampu menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual secara konsisten agar identitas visual merek lebih mudah dikenali sekaligus meningkatkan efektivitas media promosi digital. Hal ini sejalan dengan Wheeler [3] yang menjelaskan bahwa identitas visual yang diterapkan secara konsisten mampu meningkatkan *brand recognition* dan memperkuat diferensiasi suatu merek. Oleh karena itu, konsistensi warna, tipografi, tata letak, dan elemen visual menjadi aspek penting dalam membangun citra *bfloral.indo* di media sosial.

3.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan dengan dua narasumber yang terlibat dalam pengelolaan akun Instagram Toko Bunga *bfloral.indo*, yaitu Faiz selaku tim media sosial dan Lusi selaku supervisor. Wawancara bertujuan untuk mengetahui kondisi pengelolaan konten, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan dalam pengembangan desain feed Instagram. Hasil wawancara menunjukkan bahwa proses pembuatan konten masih berorientasi pada kebutuhan promosi harian sehingga tampilan visual antarunggah belum sepenuhnya konsisten. Selain itu, belum terdapat pedoman visual yang menjadi acuan dalam menjaga konsistensi desain. Akibatnya, penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan elemen visual cenderung berubah pada setiap unggahan sehingga identitas visual merek belum terbentuk secara optimal.

Narasumber juga mengungkapkan bahwa tampilan visual feed Instagram memiliki peran penting dalam membangun karakter visual *brand* dan meningkatkan ketertarikan audiens terhadap konten. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan desain feed Instagram yang lebih terarah, menarik, dan konsisten agar mampu memperkuat identitas visual serta meningkatkan efektivitas Instagram sebagai sarana promosi. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan utama Toko Bunga *bfloral.indo* adalah pengembangan desain feed Instagram yang mampu menampilkan identitas visual merek secara lebih kuat, konsisten, dan sesuai dengan karakter visual toko bunga. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan utama *bfloral.indo* bukan hanya menghasilkan konten promosi, tetapi juga membangun sistem identitas visual yang mampu menciptakan kesan profesional, mudah dikenali, dan konsisten pada setiap unggahan. Kebutuhan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi produk, tetapi juga pada pembentukan identitas visual yang konsisten sebagai bagian dari strategi *branding*. Dengan adanya sistem visual yang terarah, setiap konten dapat menyampaikan karakter merek secara lebih efektif kepada audiens. Temuan pada tahap *empathize* kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan metode SWOT pada tahap *define* untuk merumuskan kebutuhan desain yang akan dikembangkan.

Tabel 5 Jawaban Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban Pertanyaan
1	Bagaimana penilaian Anda terhadap tampilan <i>feed Instagram</i> Toko Bunga <i>bfloral.indo</i> saat ini?	Tampilan feed Instagram saat ini sudah cukup baik dalam menampilkan produk, namun masih terdapat beberapa aspek visual yang dapat dikembangkan agar tampilan akun menjadi lebih menarik dan konsisten.
2	Apakah sudah terdapat panduan atau standar visual dalam pengelolaan konten Instagram?	Belum terdapat standar visual yang diterapkan secara khusus dalam pengelolaan konten Instagram sehingga desain masih menyesuaikan kebutuhan setiap unggahan.
3	Kendala apa yang dihadapi dalam menjaga konsistensi tampilan visual <i>feed Instagram</i> ?	Tantangan yang dihadapi adalah menjaga keselarasan penggunaan warna, tata letak, tipografi, dan elemen visual pada berbagai jenis konten yang diunggah. Konten dibuat berdasarkan kebutuhan promosi dan informasi yang akan disampaikan,

		kemudian dilakukan proses desain dan publikasi sesuai jadwal yang ditentukan.
4	Bagaimana proses pembuatan konten Instagram dari awal hingga dipublikasikan?	Konten dibuat berdasarkan kebutuhan promosi dan informasi yang akan disampaikan, kemudian dilakukan proses desain dan publikasi sesuai jadwal yang ditentukan.
5	Menurut Anda, apakah tampilan feed saat ini sudah mencerminkan identitas visual merek? Jelaskan alasannya.	Tampilan feed saat ini sudah mulai mencerminkan karakter <i>brand</i> florist, namun identitas visual tersebut masih dapat dikembangkan agar terlihat lebih kuat dan konsisten pada seluruh unggahan.
6	Elemen visual apa saja yang menurut Anda masih perlu diperbaiki (warna, tipografi, tata letak, atau gaya visual)?	Warna, tata letak, tipografi, dan gaya visual masih dapat dikembangkan agar menghasilkan tampilan yang lebih harmonis, menarik, dan memiliki kesatuan visual yang lebih baik.
7	Bagaimana harapan Anda terhadap tampilan <i>feed Instagram</i> ke depannya?	Diharapkan feed Instagram memiliki tampilan yang lebih menarik, konsisten, modern, dan mampu meningkatkan daya tarik visual akun secara keseluruhan.
8	Apakah diperlukan pengembangan desain feed Instagram? Mengapa?	Ya, diperlukan pengembangan desain feed Instagram untuk meningkatkan kualitas visual konten, memperkuat daya tarik akun, dan mendukung aktivitas promosi secara lebih efektif.
9	Seberapa penting peran tampilan visual <i>feed Instagram</i> dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat audiens?	Sangat penting karena tampilan visual menjadi faktor utama yang memengaruhi ketertarikan audiens terhadap suatu akun maupun konten yang ditampilkan.

3.2 Define

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa permasalahan utama pada feed Instagram bfloral.indo adalah belum adanya konsistensi visual yang mampu membangun identitas *brand* secara optimal. Untuk memperjelas kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pengelolaan feed Instagram, dilakukan analisis SWOT sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6 Analisis SWOT Feed Instagram Toko Bunga bfloral.indo

Aspek	Deskripsi
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	Produk bunga memiliki karakter visual yang menarik serta didukung dokumentasi foto dengan kualitas yang baik sehingga berpotensi menjadi aset utama dalam membangun komunikasi visual melalui media sosial.
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	Belum terdapat konsistensi warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual sehingga identitas visual merek belum terbentuk secara optimal.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Instagram memberikan peluang untuk membangun identitas visual yang konsisten, meningkatkan <i>brand recognition</i> , serta memperkuat interaksi dengan audiens melalui penyajian feed yang terstruktur

<i>Threats</i> (Ancaman)	Kompetitor florist telah memiliki tampilan feed yang lebih konsisten dan estetik sehingga bfloral.indo berisiko kurang mudah dikenali oleh audiens apabila tidak memiliki identitas visual yang konsisten
--------------------------	---

Berdasarkan hasil analisis SWOT, kekuatan utama bfloral.indo terletak pada kualitas visual produk yang baik sehingga memiliki potensi untuk mendukung promosi berbasis visual. Namun, belum adanya konsistensi penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual menyebabkan identitas visual merek belum terbentuk secara optimal. Di sisi lain, Instagram memberikan peluang untuk membangun identitas visual yang lebih kuat, sementara persaingan dengan akun florist lain yang telah memiliki tampilan feed yang konsisten menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi tidak hanya terletak pada tampilan visual, tetapi juga pada belum adanya sistem identitas visual yang mampu menyatukan penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan elemen grafis secara konsisten sehingga karakter merek belum terbentuk secara optimal.

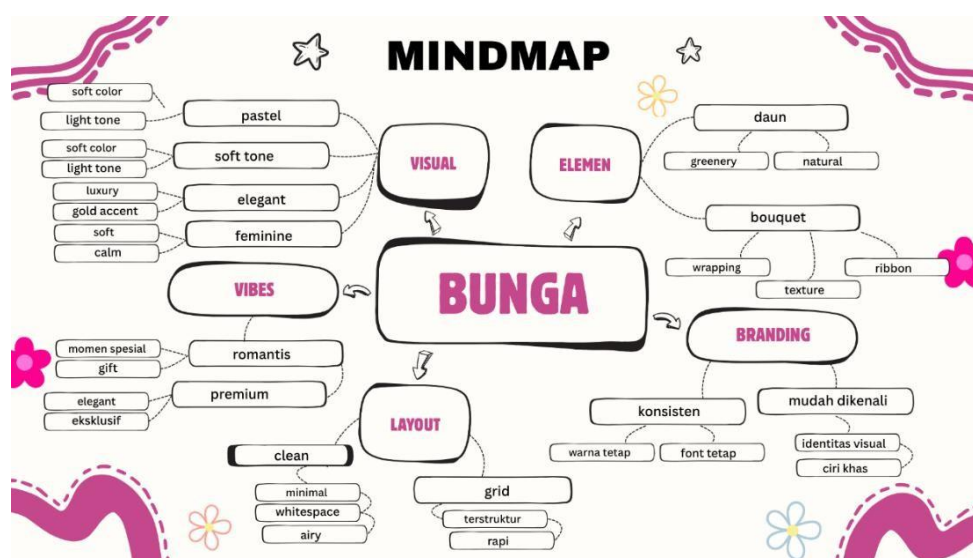
Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan kebutuhan desain berupa pengembangan feed Instagram yang memiliki konsistensi warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual sehingga mampu membangun identitas visual merek yang lebih kuat serta meningkatkan daya tarik promosi melalui media sosial. Rumusan kebutuhan desain ini kemudian menjadi dasar dalam pengembangan konsep visual pada tahap *ideate* agar seluruh elemen visual yang diterapkan mampu membentuk identitas visual yang konsisten, meningkatkan pengenalan merek (*brand recognition*), serta mendukung efektivitas promosi melalui Instagram.

3.3 Ideate

Tahap *ideate* dilakukan untuk menghasilkan konsep visual sebagai solusi atas permasalahan yang ditemukan pada tahap *define*, yaitu belum adanya konsistensi identitas visual pada feed Instagram bfloral.indo. Pengembangan konsep dilakukan melalui proses *mind mapping*, penyusunan *moodboard*, dan pembuatan *thumbnail* desain. Ketiga proses tersebut bertujuan menghasilkan arah visual yang konsisten sebagai dasar pengembangan *prototype* feed Instagram.

3.3.1 Mind Mapping

Mind mapping dilakukan untuk mengembangkan konsep visual berdasarkan karakter produk, identitas *brand*, dan kebutuhan promosi bfloral.indo. Kata kunci utama "Bunga" dikembangkan ke dalam beberapa cabang, yaitu visual, *branding*, elemen dekoratif, *tata letak*, warna, tipografi, dan suasana (*vibes*). Dari proses tersebut diperoleh konsep visual berupa natural, feminin, elegan, clean, minimalis, dan konsisten. Selain itu, diperoleh beberapa elemen visual pendukung seperti *ribbon*, *wrapping bouquet*, bunga segar, pencahayaan alami, dan *whitespace* yang dipilih untuk memperkuat karakter florist sekaligus membedakan identitas visual bfloral.indo dari kompetitor. Hasil *mind mapping* menjadi dasar dalam menentukan palet warna, tipografi, gaya fotografi, tata letak, serta elemen visual yang disusun pada tahap *moodboard*.

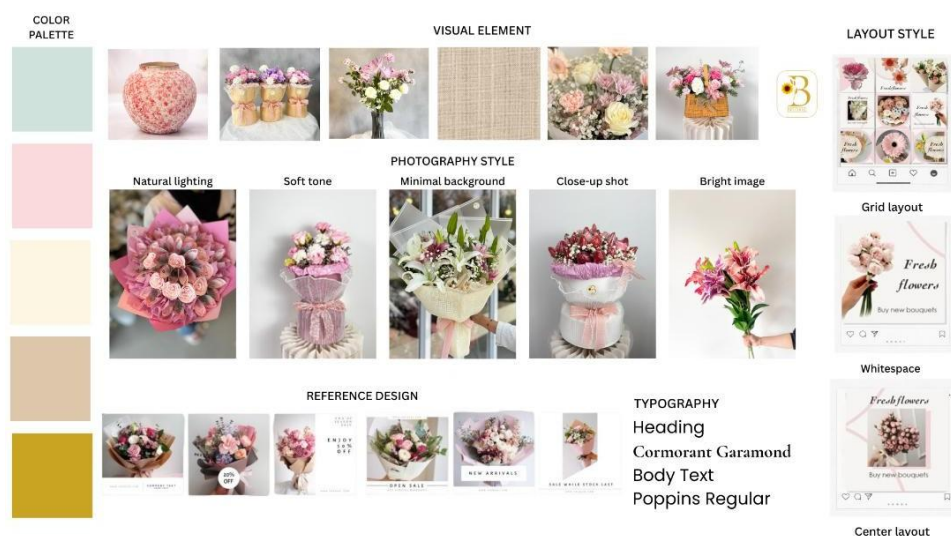


Gambar 3. *Mind Mapping*

Berdasarkan hasil *mind mapping*, ditetapkan konsep visual minimalis modern dengan pendekatan elegan dan natural karena mampu menampilkan produk bunga sebagai fokus utama melalui penggunaan elemen visual yang sederhana, bersih, dan tidak berlebihan.

3.3.2 Moodboard

Moodboard disusun sebagai acuan visual dalam proses perancangan desain feed Instagram. *Moodboard* memuat referensi warna, tipografi, fotografi, dan tata letak yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.



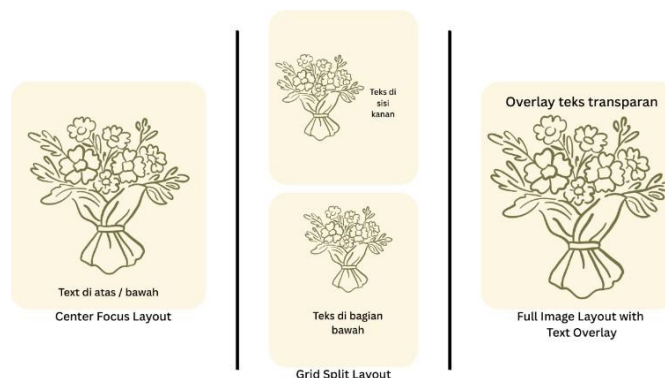
Gambar 4. *Moodboard*

Palet warna didominasi oleh *cream*, *soft pink*, *beige*, *sage green*, dan putih karena mampu memberikan kesan natural, lembut, elegan, serta sesuai dengan karakter florist yang ingin ditampilkan. Pemilihan palet warna tersebut dilakukan agar seluruh konten memiliki keseragaman visual sehingga mampu memperkuat identitas merek dan memudahkan audiens mengenali karakter visual *bfloral.indo* pada setiap unggahan.

Tipografi menggunakan kombinasi *Cormorant Garamond* sebagai heading dan *Poppins* sebagai *body text*. *Cormorant Garamond* dipilih karena memiliki karakter elegan dan premium yang sesuai dengan citra florist, sedangkan *Poppins* digunakan untuk menjaga keterbacaan informasi pada media digital. Fotografi menggunakan pencahayaan alami (*natural lighting*), *soft tone*, *close-up photography*, serta latar belakang minimalis agar fokus utama tetap berada pada produk bunga. Elemen visual berupa *ribbon*, *wrapping bouquet*, tekstur kain linen, serta *whitespace* digunakan untuk memperkuat karakter florist sekaligus menciptakan tampilan yang lebih elegan dan konsisten.

3.3.3 Thumbnail Desain

Thumbnail dibuat sebagai eksplorasi beberapa alternatif tata letak sebelum proses pembuatan *prototype*. Setiap *thumbnail* dirancang dengan tetap mengacu pada konsep visual hasil *moodboard* sehingga penggunaan warna, tipografi, elemen visual, dan komposisi tetap konsisten. Eksplorasi dilakukan terhadap beberapa jenis tata letak seperti *center layout*, *full image layout with text overlay*, dan *grid composition* untuk memperoleh desain yang paling sesuai dengan karakter visual *bfloral.indo*. *Thumbnail* yang dipilih merupakan alternatif desain yang paling mampu menerapkan konsep natural, feminin, elegan, dan clean sehingga selanjutnya dikembangkan menjadi *prototype* pada tahap berikutnya.



Gambar 5. *Thumbnail Desain*

Pengembangan *thumbnail* difokuskan pada variasi tata letak seperti *center focus layout*, *grid split layout*, dan *full image layout with text overlay*. Variasi tata letak tersebut dirancang untuk mengatasi tampilan

feed yang monoton sekaligus menjaga konsistensi visual antarunggahan. Hasil *thumbnail* kemudian digunakan sebagai dasar dalam pembuatan *prototype* desain pada tahap berikutnya.

Hasil *thumbnail desain* yang telah dipilih kemudian dikembangkan lebih lanjut menjadi *prototype* desain feed Instagram pada tahap berikutnya.

3.4 Prototype

3.4.1 Implementasi Konsep Visual

Tahap *prototype* merupakan proses menerjemahkan konsep visual yang telah dihasilkan pada tahap *ideate* ke dalam desain feed Instagram bfloral.indo. Konsep visual yang diimplementasikan mengusung gaya *minimalis modern* dengan karakter natural, feminin, elegan, bersih (*clean*), dan konsisten sesuai hasil *mind mapping*.

Konsep tersebut diwujudkan melalui penerapan palet warna *cream*, *beige*, *soft pink*, dan *sage green* yang mengacu pada *moodboard*. Palet warna tersebut dipilih untuk menghadirkan kesan natural, lembut, dan elegan sesuai karakter visual bfloral.indo sebagai florist. Penggunaan tipografi juga disesuaikan dengan konsep visual, yaitu Cormorant Garamond sebagai heading untuk memberikan kesan premium dan Poppins sebagai *body text* agar informasi tetap mudah dibaca.

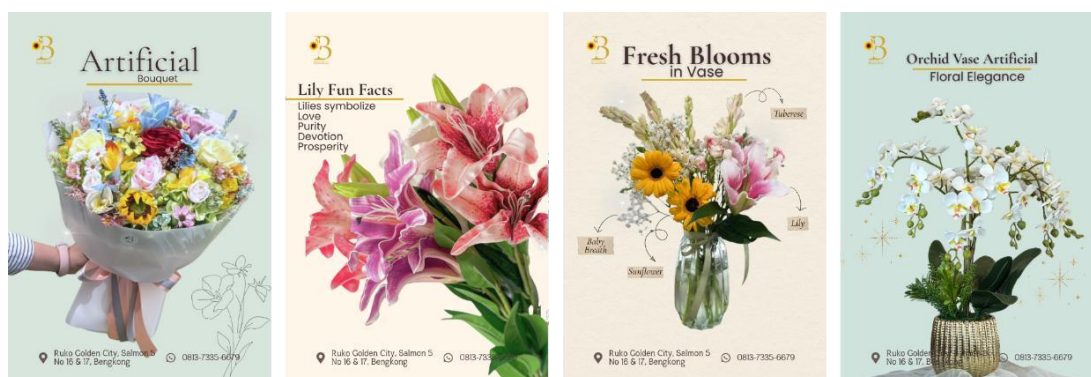
Selain itu, setiap desain menerapkan elemen visual berupa ilustrasi floral line art, ribbon, fotografi produk dengan pencahayaan terang (*bright image*), tone warna yang lembut, serta latar belakang yang sederhana (*minimal background*) untuk menjaga fokus audiens terhadap produk. Seluruh elemen tersebut diterapkan secara konsisten untuk memperkuat identitas visual merek dan menciptakan kesatuan tampilan antarunggahan. Dari sisi tata letak, desain menggunakan variasi *center layout*, *full image layout with text overlay*, dan *grid composition* yang tetap mempertahankan prinsip *alignment*, *hierarchy*, *balance*, serta *whitespace* sehingga informasi mudah dipahami tanpa mengurangi fokus terhadap produk.

3.4.2 Hasil Prototype Desain Feed Instagram

Berdasarkan konsep visual yang telah ditetapkan, dihasilkan sembilan desain feed Instagram yang terdiri atas:

- empat konten produk,
- dua konten promosi,
- dua konten informatif,
- satu konten musiman.

Kesembilan desain dikembangkan menggunakan konsep visual yang sama sehingga membentuk identitas visual yang konsisten. Variasi tata letak berupa *center focus layout*, *grid split layout*, dan *full image layout with text overlay* diterapkan sebagai solusi terhadap tampilan feed yang cenderung monoton pada kondisi sebelumnya. Variasi tersebut dirancang untuk menghasilkan tampilan yang lebih dinamis dan menarik tanpa menghilangkan kesatuan visual antarunggahan sehingga konsistensi identitas visual akun tetap terjaga.

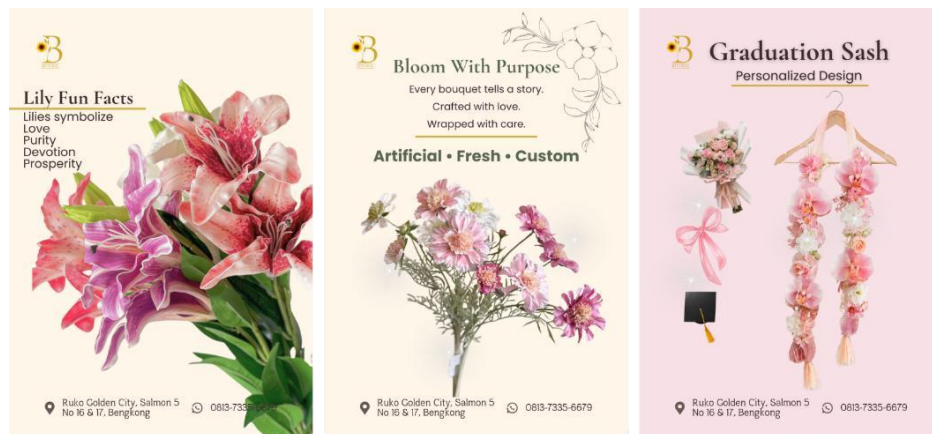


Gambar 6. *Prototype* Konten Produk

Desain konten produk menempatkan produk bunga sebagai fokus utama menggunakan pendekatan *center layout* dengan ruang kosong (*whitespace*) yang cukup agar perhatian audiens langsung tertuju pada produk. Warna latar didominasi oleh *cream*, *soft pink*, *beige*, dan *sage green* sesuai palet warna pada *moodboard*. Heading menggunakan font Cormorant Garamond, sedangkan informasi pendukung menggunakan font Poppins agar menghasilkan keseimbangan antara estetika visual dan keterbacaan. Beberapa desain juga dilengkapi ilustrasi floral line art dan ribbon sebagai elemen dekoratif yang memperkuat karakter florist.

Gambar 7. *Prototype* Konten Promosi

Konten promosi dirancang menggunakan visual produk yang dipadukan dengan informasi promo sebagai titik fokus. Tata letak dibuat sederhana sehingga informasi diskon mudah dikenali tanpa mengurangi dominasi visual produk. Penggunaan warna, tipografi, dan elemen dekoratif tetap mengikuti konsep visual agar konsisten dengan unggahan lainnya.

Gambar 8. *Prototype* Konten Informasi

Konten informatif dirancang untuk menyampaikan edukasi mengenai produk bunga serta layanan yang dimiliki bfloral.indo. Informasi disusun menggunakan prinsip visual *hierarchy* sehingga isi konten mudah dipahami. Penggunaan warna, tipografi, ilustrasi floral, serta tata letak tetap mengacu pada konsep visual sehingga karakter identitas *brand* tetap terjaga.

Gambar 9. *Prototype* Tampilan Grid Feed

Kesembilan desain kemudian disusun dalam bentuk tampilan grid feed Instagram untuk mengevaluasi penerapan konsep visual secara keseluruhan. Hasil penyusunan menunjukkan bahwa

penggunaan palet warna *cream*, *beige*, *soft pink*, dan *sage green*, kombinasi tipografi Cormorant Garamond dan Poppins, serta elemen dekoratif berupa ilustrasi floral dan ribbon mampu membentuk kesatuan visual antarunggahan. Selain itu, variasi tata letak yang tetap mengikuti konsep minimalis modern menghasilkan ritme visual yang lebih seimbang sehingga tampilan feed terlihat lebih rapi, harmonis, dan konsisten. Dibandingkan kondisi sebelum pengembangan, *prototype* ini menunjukkan identitas visual bfloral.indo yang lebih kuat serta lebih sesuai dengan karakter *brand* florist yang elegan dan natural.

3.4.3 Analisis Hasil Prototype

Hasil *prototype* menunjukkan bahwa konsep visual yang telah dirumuskan pada tahap *ideate* berhasil diimplementasikan ke dalam desain feed Instagram bfloral.indo secara lebih konsisten dibandingkan kondisi feed sebelumnya. Penerapan konsep minimalis modern dengan karakter natural, feminin, elegan, dan clean terlihat melalui penggunaan palet warna *cream*, *beige*, *soft pink*, dan *sage green*, kombinasi tipografi Cormorant Garamond sebagai heading dan Poppins sebagai *body text*, serta penggunaan elemen dekoratif berupa ilustrasi floral dan ribbon yang selaras dengan karakter florist.

Prinsip *unity* diterapkan melalui penggunaan warna, tipografi, gaya fotografi, ilustrasi floral, serta penempatan logo yang konsisten pada setiap unggahan sehingga seluruh desain memiliki hubungan visual yang kuat. Variasi tata letak seperti *center layout* dan *full image layout with text overlay* memberikan tampilan yang lebih dinamis tanpa menghilangkan kesatuan visual antarunggahan.

Prinsip *hierarchy* diterapkan melalui perbedaan ukuran, ketebalan, dan penempatan tipografi sehingga informasi utama lebih mudah dikenali oleh audiens. Selain itu, penerapan *whitespace* memberikan ruang visual yang cukup sehingga desain terlihat lebih bersih, nyaman dibaca, dan tidak mengurangi fokus terhadap produk bunga sebagai objek utama.

Dari aspek *balance* dan *alignment*, setiap elemen visual disusun secara proporsional sehingga menghasilkan komposisi yang rapi dan seimbang. Penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual tersebut menunjukkan bahwa *prototype* yang dikembangkan telah mampu mengatasi permasalahan yang ditemukan pada tahap *define*, yaitu belum adanya konsistensi penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual pada feed Instagram bfloral.indo.

Secara keseluruhan, *prototype* menghasilkan tampilan feed yang lebih terarah, konsisten, dan mampu memperkuat identitas visual merek dibandingkan kondisi sebelumnya. Dengan demikian, tujuan pengembangan desain pada penelitian ini telah tercermin pada hasil *prototype* sebelum dilakukan evaluasi melalui tahap validasi ahli dan uji responden.

3.5 Test

3.5.1 Hasil Validasi Ahli

Validasi ahli dilakukan sebagai tahap evaluasi awal untuk mengetahui tingkat kelayakan desain feed Instagram yang telah dikembangkan. Validasi melibatkan tiga validator yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan media sosial dan promosi digital pada bfloral.indo, yaitu seorang *Social Media Specialist*, seorang tim media sosial, dan seorang supervisor. Keterlibatan ketiga validator bertujuan untuk menilai kesesuaian desain terhadap aspek warna, tipografi, tata letak, kesatuan visual, identitas visual merek, serta kelayakan desain sebagai media promosi digital.

Keterlibatan ketiga validator tersebut bertujuan untuk memberikan penilaian terhadap aspek warna, tipografi, tata letak, kesatuan visual, serta kesesuaian desain dengan karakter visual bfloral.indo. Penilaian dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri atas 15 pernyataan yang mencakup aspek warna, tipografi, tata letak, kesatuan visual, identitas *brand*, dan kelayakan media promosi.

Data hasil penilaian validator kemudian dihitung menggunakan rumus persentase kelayakan sebagai berikut:

$$P = (\text{Total Skor Diperoleh} / \text{Skor Ideal}) \times 100\%$$

Hasil validasi ahli disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Validasi Ahli

Validator	Skor Diperoleh	Persentase	Kategori
RH	49	65,33%	Baik
FR	67	89,33%	Sangat Baik
LY	70	93,33%	Sangat Baik
Rata-rata	62	82,67%	Sangat Baik

Berdasarkan hasil validasi ahli, validator pertama memperoleh skor 49 dengan persentase 65,33% dan termasuk kategori Baik. Validator kedua memperoleh skor 67 dengan persentase 89,33% dan termasuk kategori Sangat Baik. Validator ketiga memperoleh skor 70 dengan persentase 93,33% dan termasuk kategori Sangat Baik. Secara keseluruhan diperoleh total skor sebesar 186 dari skor ideal 225 sehingga menghasilkan persentase kelayakan sebesar 82,67%. Berdasarkan kategori kelayakan yang digunakan dalam penelitian ini, nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat Baik.

Hasil validasi menunjukkan bahwa desain feed Instagram telah menerapkan konsep visual yang dirancang pada tahap *ideate*, meliputi penggunaan palet warna yang konsisten, kombinasi tipografi serif dan sans serif, tata letak yang terstruktur, serta kesesuaian elemen visual dengan karakter *brand* florist. Meskipun validator pertama memberikan beberapa masukan terhadap penyempurnaan desain, secara keseluruhan ketiga validator menilai bahwa desain telah layak digunakan sebagai media promosi digital.

3.5.2 Hasil Uji Responden

Setelah melalui tahap validasi ahli, desain feed Instagram kemudian diuji kepada 30 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Responden merupakan pelanggan bfloral.indo yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali, berusia 18–35 tahun, serta aktif menggunakan Instagram. Pemilihan responden tersebut bertujuan memperoleh penilaian dari pengguna yang telah mengenal produk maupun promosi bfloral.indo sehingga hasil evaluasi lebih relevan terhadap kebutuhan penelitian.

Hasil perhitungan uji responden disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Responden

Keterangan	Nilai
Total Skor	1967
Skor Ideal	2250
Persentase	87,42%
Kategori	Sangat Baik

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor sebesar 1967 dari skor ideal 2250 sehingga menghasilkan persentase kelayakan sebesar 87,42%. Berdasarkan kategori kelayakan yang digunakan dalam penelitian ini, nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat Baik. Berdasarkan analisis tiap aspek, kelayakan promosi memperoleh persentase tertinggi sebesar 88,44%, sedangkan keterbacaan informasi memperoleh persentase terendah sebesar 86,00%. Meskipun demikian, seluruh aspek memperoleh nilai di atas 80%, sehingga menunjukkan bahwa desain feed Instagram dinilai baik oleh responden.

Secara keseluruhan, responden menilai bahwa desain yang dikembangkan memiliki tampilan visual yang menarik, informasi yang mudah dipahami, tata letak yang konsisten, serta mampu merepresentasikan citra *brand* bfloral.indo dengan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai desain feed Instagram memiliki tampilan visual yang lebih menarik, informasi yang mudah dipahami, serta mampu merepresentasikan karakter visual bfloral.indo. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa desain yang dikembangkan dapat mendukung penyampaian promosi sekaligus memperkuat identitas visual merek.

3.5.3 Analisis Hasil Pengujian

Hasil validasi ahli dan uji responden menunjukkan bahwa pengembangan desain feed Instagram menggunakan metode *Design Thinking* berhasil menghasilkan desain yang lebih konsisten dibandingkan kondisi awal. Konsistensi tersebut terlihat melalui penerapan warna, tipografi, tata letak, ilustrasi floral, serta elemen visual lain yang mengacu pada konsep yang telah dirumuskan pada tahap *ideate*.

Dari aspek *branding*, penerapan identitas visual yang konsisten membantu memperkuat karakter visual bfloral.indo sehingga setiap unggahan memiliki keterkaitan visual yang lebih jelas. Temuan ini sejalan dengan Wheeler yang menyatakan bahwa identitas visual yang konsisten mampu meningkatkan pengenalan merek (*brand recognition*) dan memperkuat citra merek.

Dari aspek komunikasi visual, penggunaan *hierarchy*, *alignment*, *whitespace*, dan kombinasi tipografi mempermudah audiens dalam memahami informasi yang disampaikan. Hal tersebut didukung oleh hasil uji responden yang menunjukkan bahwa aspek keterbacaan informasi memperoleh kategori Sangat Baik. Dengan demikian, pengembangan desain feed Instagram pada bfloral.indo dapat menjadi solusi terhadap permasalahan konsistensi visual yang ditemukan pada tahap *empathize* dan *define*, sekaligus mendukung Instagram sebagai media promosi digital yang lebih terarah dan profesional.

4. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan mengembangkan desain feed Instagram pada Toko Bunga bfloral.indo untuk mengatasi permasalahan konsistensi visual serta memperkuat identitas visual merek. Pengembangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri atas tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama pada feed Instagram bfloral.indo adalah belum adanya konsistensi penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan gaya visual sehingga identitas visual merek belum terbentuk secara optimal. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dikembangkan konsep visual minimalis modern dengan karakter natural, feminin, elegan, dan clean yang diterapkan pada sembilan desain feed Instagram.

Hasil validasi ahli memperoleh persentase sebesar 82,67%, sedangkan hasil uji terhadap 30 pelanggan bfloral.indo yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali memperoleh persentase sebesar 87,42%. Kedua hasil tersebut termasuk dalam kategori Sangat Baik, sehingga menunjukkan bahwa desain feed Instagram yang dikembangkan dinilai layak digunakan sebagai media promosi digital. Selain itu, penerapan konsep visual yang konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan elemen visual sesuai karakter

brand mampu menghasilkan tampilan feed yang lebih terarah, mudah dikenali, serta memperkuat identitas visual bfloral.indo dibandingkan kondisi sebelumnya.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena pengujian hanya dilakukan pada satu akun Instagram florist dengan jumlah responden yang terbatas, serta evaluasi hanya berfokus pada persepsi pengguna terhadap desain yang dikembangkan. Penelitian ini juga belum mengukur dampak penerapan desain terhadap peningkatan *engagement rate*, jangkauan akun, maupun efektivitas promosi digital dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan *visual identity guideline* yang lebih komprehensif serta mengevaluasi pengaruh implementasi desain terhadap performa media sosial berdasarkan data Instagram Insight setelah desain diterapkan.

REFERENCES

- [1] N. Firdaus Haidar, "ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RILIV DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT," *J. Barik*, vol. 2, no. 2, pp. 121–134, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [2] S. Kemp, "Digital 2024: Indonesia," DataReportal.
- [3] A. Wheeler, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 5th ed. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2017.
- [4] S. D. Megaputri, Andriyanto, and W. Prastiwinarti, "Desain Identitas Visual Sebagai Media Branding UMKM Foodey's," *J. Katamata*, vol. 1, no. 1, pp. 30–38, 2023.
- [5] A. A. Safitri and M. Maskur, "Pembuatan Feeds Instagram Menggunakan Canva Pro Sebagai Media Promosi Pada S.1824 Pt. Natural Nusantara (Stockist Lamongan)," *J. Ekon. Kreat. Dan Manaj. Bisnis Digit.*, vol. 3, no. 1, pp. 21–28, 2024, doi: 10.55047/jekombital.v3i1.786.
- [6] R. Regita, I. B. Sumarna, and Y. Pradilla, "PERANCANGAN ULANG DESAIN FEED INSTAGRAM," vol. 04, no. 02, pp. 55–62, 2022.
- [7] S. Rosidah and S. Sarjono, "JURNAL LOCUS : Penelitian & Pengabdian Redesain Media Instagram 'Dir Donuts & Cakes' Upaya Peningkatan Penjualan," vol. 4, no. 11, pp. 10354–10367, 2025.
- [8] Scott Doorley, "dschool Design Thinking Bootleg," pp. 1–5, 2018.
- [9] S. Amalia, E. Andriani, and M. A. Islam, "KONSEP FEMININE PADA DESAIN FEEDS INSTAGRAM 'MITRA SEHAT SKINCARE'," vol. 3, no. 3, pp. 16–29, 2022.
- [10] M. Yatminiwati and E. Ermawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Abstrak," vol. 14, no. 2, pp. 84–92, 2022.
- [11] I. O. Budi, M. L. Anggapuspa, and K. Interaktif, "Redesain konten instagram interaktif sebagai media promosi seblak dapur mini," pp. 78–92.