

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam pembahasan bab ini, dijelaskan mengenai studi pustaka sebagai referensi perancangan, referensi karya pada referensi perancangan dan dasar teori yang berkaitan dengan judul “*Perancangan Feed Instagram sebagai Media Promosi Wisata The Forest Island Purwokerto*”. Referensi perancangan merupakan teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perancangan ini untuk meringkas data-data dan menemukan perbedaan (gap penelitian) dari penelitian sebelumnya. Sedangkan referensi visual untuk mengevaluasi karya orang lain dijadikan referensi desain *feed* Instagram yang telah dibuat. Sedangkan landasan teori adalah teori yang akan digunakan dalam perancangan ini. Berikut adalah penerapan dari referensi perancangan, referensi visual dan landasan teori mengenai perancangan *feed* Instagram yang akan dipaparkan sebagai berikut:

#### **2.1. Studi Pustaka**

##### **2.1.1 Penelitian berjudul “Konten Instagram sebagai Media Promosi Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata Pasca Pandemi”**

Penelitian Tugas Akhir ini ditulis oleh Ni Wayan Nandaryani dan Ngurah Adhi Santosa dari Institut Desain dan Bisnis Bali [3]. Penelitian ini menjelaskan tentang peningkatan pertumbuhan ekonomi agar parawisata di desa Tenganan Dauh Tukad kembali bangkit setelah pandemi *Covid-19*, maka diperlukan sebuah media promosi adalah konten Instagram yang bertujuan untuk mempromosikan kembali desa Tenganan Dauh Tukad. Untuk pembahasan konten Instagram pada penelitian ini tentang tradisi dan kebudayaan yang berada pada Desa Tenganan Dauh Tukad. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menyiapkan konsep perancangan konten Instagram yang terdiri dari strategi visual yang digunakan untuk menampilkan ilustrasi berupa

fotografi dari tradisi atau budaya yang lain untuk mempengaruhi ketertarikan sesuatu yang dipromosikan dan didesain dengan ilustrasi bentuk kain gringsing (kain yang berasal dari Desa Tenganan, Bali), kemudian ada pesan yang digunakan dalam perancangan konten Instagram sebagai informatif dan persuasif untuk konten Instagram dalam bentuk *caption*, gaya visual yang ditampilkan dengan kesan tradisional Bali dan konsep desain yang digunakan adalah klasik tradisional.

Penelitian ini penulis jadikan sebagai referensi karena dari strategi visual yang bisa digunakan sebagai perancangan *feed* Instagram, terutama pada bagian ilustrasi yang dipakai dalam bentuk fotografi. Perbedaan dari penelitian ini yaitu tujuan promosi dari objek dalam sebuah perancangan. Tujuan yang diambil dari perancangan ini untuk meningkatkan kunjungan wisata setelah pandemi, sedangkan tujuan yang diambil dari penulis untuk meningkatkan kunjungan wisata pada masyarakat di sekitar daerah Purwokerto maupun diluar daerah Purwokerto.

### **2.1.2 Penelitian berjudul “Perancangan Media Promosi Wisata Pulau Tiban di Kabupaen Kendal”**

Penelitian Tugas Akhir ini ditulis oleh Ilham Teguh Indrianto dan Annas Marzuki Sulaiman dari Universitas Dian Nuswantoro [4]. Penelitian tersebut menjelaskan tentang wisata Pulau Tiban merupakan salah satu pulau yang memiliki pepohonan sejenis pohon bakau yang dikelola oleh Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Kartika Jaya di Kabupaten Kendal. Permasalahan pada objek penelitian ini karena wisata Pulau Tiban menjadi sepi karena mendapatkan stigma buruk dari pengunjung yang beranggapan bahwa wisata Pulau Tiban sudah rusak dan tutup. Media promosi yang dilakukan hanya menggunakan media sosial Facebook melalui akun pribadi salah satu pengurus Pokdarwis. Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dan analisis SWOT. Metode ini digunakan untuk mendapatkan strategi yang sesuai. Media utama dari promosi ini menggunakan *feed* Instagram tentang Pulau Tiban, sedangkan media

pendukung hanya terdiri dari tiket, stiker, umbul-umbul, brosur, baliho dan poster.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan beberapa kesamaan yang dapat dijadikan sebagai referensi seperti proses perancangan *feed Instagram* sebagai media promosi. Perbedaan dari penelitian ini adalah tujuan promosinya. Tujuan promosi dari perancangan ini untuk mengubah pola pikir masyarakat dengan menonjolkan wisata Pulau Tiban sebagai wisata edukasi, sedangkan tujuan promosi dari penulis untuk mengenal masyarakat yang berada di pulau Jawa.

### **2.1.3 Penelitian berjudul “Perancangan Ulang Feed Instagram Wisata Bahari Lamongan”**

Penelitian Tugas Akhir ini ditulis oleh Fikry Aulya Ramadhan dan Hendro Aryanto dari Universitas Negeri Surabaya [5]. Pada penelitian ini menjelaskan tentang kegiatan promosi Wisata Bahari Lamongan yang melalui jejaring sosial Instagram yang terdiri dari *feed*, *story*, dan sorotan untuk menyampaikan informasi kepada *audience* dengan menggunakan prinsip desain yang *fullcolor* dan memunculkan kesan rapi dan modern. Dalam penelitian ini, media utama yang digunakan berupa *feed Instagram* dengan media pendukung berupa *billboard*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Metode ini meliputi dari mengumpulkan data-data, analisis data, penyusunan konsep dan proses desain sampai tahap desain terakhir. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa wawancara, observasi lokasi dan dokumentasi. Untuk teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

Proses perancangan desain yang digunakan dalam penelitian ini berupa *thumbnail* yang terdiri dari *feed* utama, *feed* informasi dan *feed* pendukung. *Feed* utama berisi tentang foto kegiatan pengunjung dengan penempatan elemen pendukung berupa logo, informasi dan aksentasi desain. *Feed* informasi berisi berupa promo yang sedang berlaku di Wisata Bahari Lamongan. *Feed*

pendukung berisikan ucapan, quotes atau informasi himbauan yang bersifat pelengkap dari *feed* utama.

Perbedaan dari penelitian ini adalah konsep perancangan desain. Konsep perancangan desain yang digunakan yaitu prinsip kesatuan (*unity*) untuk menciptakan desain yang rapi dan komunikatif, sedangkan konsep perancangan desain dari penulis menggunakan prinsip penekanan (*emphasis*) untuk menonjolkan informasi yang ada dalam desain *feed* Instagram.

## 2.2. Referensi Karya

### 2.2.1. *Feed* Instagram Lembang Wonderland



Gambar 2.1 *Feed* Instagram Lembang Wonderland  
Sumber: <https://www.instagram.com/lembangwonderland/>

Pemilihan referensi dari desain *feed* Instagram Lembang Wonderland merupakan salah satu tempat wisata yang didirikan sejak tanggal 22 Juni 2020 yang menyediakan berbagai konten tentang atraksi wisata unik seperti *Area Sweet Field*, *Area Magic Forest*, dan *Area Taman Ice Cream* [6]. Selain konten atraksi wisata tersebut juga ada konten yang berbagai informasi seperti harga tiket, jam operasional dan peringatan hari besar seperti Halloween party untuk mempromosikan sebuah tempat wisata tersebut.

Berdasarkan dari desain *feed* Instagram ini warna yang paling dominan yaitu ungu dan biru. Selain itu, bentuk konsep desain yang digunakan pada *feed* Instagram ini yaitu *multi layout* yang terdiri antara ilustrasi fotografi dan tipografi. Untuk referensi yang penulis ambil dari desain *feed* Instagram ini yaitu tampilan *layout* dan isi konten apa saja dalam *feed* Instagram tersebut agar lebih memperkuat tampilan *layout* yang terdiri dari antara ilustrasi fotografi dan tipografi.

### 2.2.2. Feed Instagram Simpay Kimfa



Gambar 2.2 Feed Instagram Simpay Kimfa  
Sumber: <https://www.instagram.com/simpaykimfa/>

Pemilihan referensi dari desain *feed* Instagram Simpay Kimfa merupakan salah satu tempat wisata yang terletak di daerah Banjaran, Kabupaten Bandung yang memiliki konsep wisata yang ramah lingkungan dan alam sekitarnya [7]. *Feed* Instagram Simpay Kimfa menyediakan berbagai konten tentang wisata keluarga dan spot *selfie*. seperti permainan puzzle, review tentang wisata, infografis dan fasilitas-fasilitas apa saja di wisata tersebut.

Berdasarkan dari desain *feed* Instagram ini warna yang paling dominan digunakan yaitu biru muda yang memiliki kesan santai dan sederhana. Untuk konsep desain yang digunakan pada *feed* Instagram ini berupa infografis dan

multi *layout* yang terdiri dari ilustrasi fotografi dan tipografi yang memiliki kesan minimalis dan sederhana.

Referensi yang penulis ambil dari desain *feed* Instagram ini yaitu isi konten apa saja dari *feed* Instagram Simpay Kimfa tersebut. Tujuan penulis mengambil dari referensi ini agar ingin mengetahui isi apa saja dari konten *feed* Instagram Simpay Kimfa seperti *review* tentang wisata, infografis dan fasilitas-fasilitas apa saja di wisata tersebut untuk memperkuat dari *feed* utama.

### 2.2.3. Feed Instagram The Lodge Maribaya



Gambar 2.3 Feed Instagram The Lodge Maribaya  
Sumber: <https://www.instagram.com/thelodgemaribaya/>

Pemilihan referensi dari desain *feed* Instagram The Lodge Maribaya merupakan salah satu tempat wisata yang terletak di Lembang yang menawarkan berbagai aktivitas seperti camping, mengelilingi area hutan pinus, dan team building [8]. Konten Instagram The Lodge Maribaya menjelaskan tentang wisata alam yang dikelilingin hutan pinus. Isi konten dari *feed* Instagram tersebut terdiri atas berbagai potret kegiatan yang ada di dalam wisata ini, promo wisata dan ucapan hari besar seperti hari raya natal yang ditampilkan cahaya berbentuk garis zigzag pada pohon pinus dari konten diatas.

Berdasarkan dari desain *feed* Instagram ini warna yang paling dominan digunakan yaitu hijau yang memiliki kesan yang natural dan menyatu pada alam dari tema desain *feed* Instagram tersebut. Untuk konsep desain yang digunakan pada *feed* Instagram ini lebih berfokus pada potret gambar yang ditambahkan dengan logo wisata The Lodge Maribaya dan tipografi. Selain itu, jenis *layout* yang digunakan dari desain *feed* Instagram ini yaitu *multi layout* yang memiliki kesan modern.

Untuk referensi yang penulis ambil dari desain *feed* Instagram ini yaitu *layout* yang *minimalist* yang berfokus pada ilustrasi dalam *feed* Instagram tersebut. Tujuan penulis mengambil dari referensi ini ingin mengetahui bagian apa saja dari bagian *thumbnail layout* di *feed* Instagram The Lodge Maribaya seperti bagian potret gambar atau ilustrasi dalam kegiatan yang ada di dalam wisata tersebut dan ditambahkan dengan logo wisata The Lodge Maribaya.

## **2.3. Landasan Teori**

### **2.3.1. Instagram sebagai Media Promosi**

Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan sebagai media jejaring yang terdiri dari foto dan video sambil menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto dan video. Instagram tersebut dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 yang dibentuk oleh perusahaan Burb INC dari CEO Mike Krieger dan Kevin Systrom dengan mempunyai konsep interaksi antar pengguna seperti *following* atau *follower* dan juga menambahkan komentar pada suatu foto maupun video, menyukai, mengirim hingga menyimpannya dalam sebuah akun [9]. Instagram tersebut memiliki sebuah halaman profil yang digunakan untuk menampilkan konten seperti *highlight*, foto dan video, salah satunya adalah *feed* Instagram.

*Feed* Instagram merupakan sebuah halaman profil yang digunakan untuk mencari sebuah informasi, produk maupun merek yang berhubungan dengan minat yang diinginkan oleh para pengguna atau *audience* [10]. *Feed* Instagram tersebut mencakup berupa elemen grafis yang akan digunakan untuk mempromosikan sebuah informasi atau produk yaitu *layout*, tipografi,

warna dan ilustrasi untuk melihat keseluruhan profil Instagram agar bertujuan untuk menarik perhatian untuk dilihat dan mengikuti akun pengguna *feed* Instagram tersebut.

Instagram dalam media promosi merupakan salah satu jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk berbagai informasi atau produk yang ditawarkan melalui foto atau video. Instagram tersebut digunakan dalam berbagai pemasaran yang terdiri dari empat komponen yaitu harga, produk, promosi dan tempat untuk meningkatkan para konsumen [11]. Dalam sebuah Instagram, hal-hal yang dilakukan dalam media promosi dengan cara melalui *Exposure* dan *Hashtag*.

*Exposure* dalam Instagram adalah salah satu *algoritma* yang dapat digunakan melalui interaksi *followers* untuk meningkatkan sebuah postingan dengan cara melalui kepopuleran pengguna yang diolah oleh mesin pencari Instagram. *Exposure* tersebut bertujuan untuk meningkatkan kebutuhan *audience* dalam media promosi di Instagram pada produk. Sedangkan *hashtag* adalah sebuah cara yang dapat dilakukan melalui *keyword* untuk mencari postingan foto maupun video dengan tema tertentu [12]. Dalam sebuah media promosi, *hashtag* digunakan melalui brand bisnis yang dapat dibuat secara unik dan bervariasi untuk mendapatkan perhatian para *audience*.

### **2.3.2. Gaya Desain**

Gaya desain adalah sebuah karya yang ditunjukkan dari bentuk ilustrasi, komposisi, tema, jenis huruf yang digunakan dan tone warna yang dipilih menjadi representasikan desain tersebut [13]. Gaya desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah gaya *flat design*. Gaya *flat design* merupakan gaya desain yang cenderung minimalis, simple dengan mengandalkan warna-warna yang kontras [14]. Penggunaan gaya *flat design* digunakan dalam platform digital seperti media sosial Instagram untuk memudahkan pemahaman oleh target audience yang bersangkutan yaitu dewasa yang berusia 21-35 tahun.



### 2.3.3. *Layout*

*Layout* adalah susunan tata letak dari sebuah elemen yang ditempatkan dalam suatu bidang yang menyangkut pada pengaturan teks dan visual. Fungsi dari *layout* untuk memperoleh informasi dari elemen tersebut. Elemen *layout* dalam desain grafis terdiri dari gambar (*image*), teks (*text*), garis (*line*), ruang putih (*white space*), dan bentuk (*shape*) untuk menyampaikan pesan yang bisa disampaikan secara efektif [15]. *Layout* ini memiliki keterkaitan dengan elemen visual yang digunakan dalam konsep perancangan *feed* Instagram yang terdiri dari:

#### a. **Warna**

Warna merupakan salah satu yang paling berpengaruh dalam *layout feed* Instagram. Warna tersebut berperan sebagai penarik utama pada perancangan *feed* Instagram [15]. Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah warna hijau dan biru karena lebih signifikan dalam mewakili wisata The Forest Island Purwokerto seperti wahana kolam renang dan memiliki konsep pepohonan. Warna hijau melambangkan sebuah kesegaran dan natural, sedangkan warna biru melambangkan sebuah ketenangan dan santai. Warna hijau dan biru pada perancangan *feed* Instagram digunakan sebagai menambah citra baru pada *layout* desain. Warna tersebut memiliki keterikatan dalam sebuah visual pada objek wisata untuk menyesuaikan temanya dengan *layout feed* Instagram.

#### b. **Tipografi**

Tipografi adalah suatu penyusunan huruf atau teks yang digunakan dalam *layout* untuk dibaca dan menarik untuk dilihat pada sebuah pesan yang disampaikan [15]. Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan *feed* Instagram yaitu tipografi *Sans Serif* karena memiliki huruf yang terkesan modern dan mudah dibaca oleh *audience*. Pada perancangan *feed* Instagram, tipografi merupakan unsur penting dalam

sebuah bentuk ekspresi visual pada *layout feed*. Terutama pada bagian konten *feed* Instagram yang digunakan untuk memperkuat sebuah pesan dari ilustrasi gambar tersebut.

### c. Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah visualisasi yang dapat memberikan impresi visual yang kuat dan dapat membangunkan citra dari sebuah teks atau kalimat [15]. Untuk jenis ilustrasi yang digunakan pada *layout feed* Instagram ini menggunakan ilustrasi fotografi yang memberikan gambaran untuk menerangkan pesan yang ingin disampaikan kepada sebuah objek tertentu.

Dalam sebuah fotografi, rumus komposisi yang digunakan untuk menghasilkan ketajaman objek yaitu segitiga pencahayaan (*triangle exposure*). Segitiga pencahayaan terdiri dari tiga elemen dasar yaitu *Aperture*, *Shutter Speed* dan *ISO* yang dipakai sebagai pembangunan citra visual yang kuat dari pembuatan *layout* [16]. Untuk relevansinya pada perancangan ini dapat memperkuat pesan dari isi *caption* pada konten *feed* Instagram tersebut.

#### 2.3.4. Content Writing

*Content writing* adalah sebuah proses kegiatan perencanaan menulis yang ditujukan melalui pemasaran digital dalam sebuah produk. *Content writing* menjadi salah satu media komunikasi yang digunakan dengan bentuk tulisan kepada *audience* melalui artikel, media sosial post, dan *blog post* [17]. Dalam perancangan *feed* Instagram, *content writing* digunakan dengan melalui *caption* agar bertujuan mendapatkan perhatian para pengguna atau *audience* pada sebuah postingan *feed* Instagram.

### **2.3.5. Video Promosi**

Video adalah sebuah media yang dapat bergerak pada suatu objek dan ditambahi dengan suara pada isi gambar tersebut. Video tersebut digunakan sebagai media komunikasi dan sumber informasi [18]. Video ini ditujukan melalui via media sosial yaitu Instagram *Reels*. Video promosi tersebut digunakan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke wisata The Forest Island Purwokerto dengan menampilkan wahana-wahana yang ada pada tempat wisata tersebut.