

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 STUDI PUSTAKA

Dalam perancangan ini diperlukan penelitian-penelitian terdahulu untuk bahan perbandingan serta kajian. Tentunya perancangan tersebut tidak lupa dari topik perancangan ini, yaitu mengenai promosi Instagram. Perancangan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

2.1.1 Jurnal dengan judul “Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi”

Penelitian berjudul ”Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi” yang di tulis oleh Muhammad Bagas Adhikara, Rennyta Yusiana, pada tahun 2021 [7]. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan penggunaan platform media sosial Instagram sebagai alat promosi untuk UD Jananuraga *Fish*, penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan fokus pada penelitian terapan. Subjek penelitian terdiri dari penduduk bagian Selatan Kota Bekasi, Jawa Barat, termasuk Jatiasih, Jati Makmur, Jati Kramat, dan Jati Bening. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah konsumen Superindo yang tinggal di wilayah tersebut. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data model Miles dan Huberman. Hasil dari perancangan penggunaan Instagram sebagai alat promosi menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial yang umum digunakan. Melalui perancangan ini, Instagram dijadikan sebagai media promosi untuk unit dagang. Jananuraga *Fish*, yang diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk dan konten yang ditawarkan oleh unit dagang. Jananuraga *Fish*. Penggunaan Instagram oleh unit dagang. Jananuraga *Fish*, bersama dengan kontennya, diharapkan dapat membentuk persepsi positif terhadap produk yang semakin dikenal oleh konsumen.

Persamaan antar penelitian diatas dengan penelitian ini merupakan penulis sama-sama menjadikan media sosial Instagram sebagai media promosi. Bedanya penulis akan melakukan perancangan pada pasar kreatif Sibata Festival. Sedangkan penelitian diatas berfokus pada promosi penjualan Unit Dagang Jananuraga *Fish*.

Elemen-elemen inilah yang berperan penting dalam menyampaikan pesan dan akan membentuk persepsi di benak para pengunjung. Persamaan metode penelitian ini yang digunakan adalah metode kualitatif dengan cara melakukan wawancara, observasi, dokumentasi dan partisipan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada teknik analisis SWOT. Persamaan antar penelitian diatas dengan penelitian ini merupakan penulis sama-sama menjadikan media sosial Instagram sebagai media promosi, bedanya penulis akan melakukan perancangan pada pasar kreatif, sedangkan penelitian diatas berfokus pada promosi penjualan Unit Dagang Jananuraga *Fish*.

2.1.2 Jurnal dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Menaikkan *Brand Awareness Parvis Production*”

Penelitian berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Menaikkan *Brand Awareness Parvis Production*” yang ditulis oleh Jacob Irwanto Susilo, Rendy Iswanto pada tahun 2023 [8]. Parvis Production merupakan merek videografi yang spesialis dalam menciptakan konten video, terutama dalam bentuk videografi komersial, dengan fokus pada pasar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), media promosi utama yang akan diterapkan adalah Instagram, dengan konten yang terdiri dari *feeds* dan *reels*. Metode penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam pengumpulan data primer. Pendekatan kualitatif melibatkan wawancara dengan tiga ahli user dari bidang videografi, desain, dan *branding*, serta tiga *extreme user* yang menggunakan video dalam upaya promosinya. Sementara pendekatan kuantitatif dilakukan melalui distribusi kuesioner *online* kepada 100 responden yang memenuhi kriteria tertentu. Data sekunder diperoleh melalui tinjauan literatur dan studi pustaka sebagai dasar teoretis untuk mendukung hasil data primer.

Persamaan antar penelitian diatas dengan penelitian ini merupakan penulis sama-sama menggunakan media promosi Instagram untuk meningkatkan *Brand Awareness*, bedanya penulis akan melakukan perancangan pada pasar kreatif Sibata Festival, sedangkan penelitian diatas berfokus pada pembuatan konten video terutama untuk UMKM.

Persamaan pada perancangan ini terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dalam perancangan ini yaitu metode kuantitatif yang dipakai untuk mencari data.

2.1.3 Jurnal berjudul “Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya”

Penelitian berjudul “Perancangan *Feed* Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya” yang ditulis oleh Risma Megandini, Meiriana Lani Anggapuspa pada tahun 2021 [9]. Tape Ketan Surabaya adalah salah satu perusahaan pembuat makanan tradisional di Kota Surabaya yang didirikan pada tahun 2004. Produk utamanya melibatkan tape ketan dalam varian warna hitam, hijau, dan putih, yang dijual melalui berbagai saluran pemasaran baik secara offline maupun online, penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan langkah langkah meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, perumusan strategi perancangan dan deskripsi proses perancangan. Proses pengumpulan data melibatkan wawancara dengan pemilik usaha, observasi, dan tinjauan literatur. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis SWOT dan USP untuk mengidentifikasi kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk, serta keunikan produk. Kelebihan dan keunikan produk kemudian diterapkan dalam konsep perancangan *feed* Instagram melalui langkah-langkah visualisasi *thumbnail*, *tightissue*, dan *final design*. Hasil dari penelitian ini mencakup *feed* Instagram sebagai media promosi utama, serta media pendukung berupa kartu nama dan X-baner.

Persamaan antar penelitian diatas dengan penelitian ini merupakan penulis sama-sama menggunakan perancangan Instagram sebagai media promosi, bedanya penulis akan melakukan perancangan pada pasar kreatif Sibata Festival dan menggunakan semua *fitur* yang ada di instagram, sedangkan penelitian diatas hanya menggunakan *fitur* pada *reels* saja.

Persamaan pada perancangan ini terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, analisis SWOT dan USP. Perbedaan dalam perancangan ini yaitu pada perancangan feed instagram sedang masi banyak fitur-fitur di instagram yang masih bisa digunakan.

2.1.4 Jurnal berjudul “ Perancangan Media Promosi Wisata Pulau Tiban Di Kabupaten Kendal”

Penelitian berjudul “ Perancangan Media Promosi Wisata Pulau Tiban ” yang ditulis oleh Ilham Teguh Indrianto dan Annas Marzuki Sulaiman pada tahun 2019 [10]. Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media komunikasi visual untuk promosi pariwisata Pulau Tiban dengan konsep yang efektif, efisien dan kreatif untuk menarik perhatian dan meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT, dapat menemukan strategi kreatif yang tepat. Desain ini memanfaatkan iklan persuasif di media *online* dan cetak untuk menyoroti dan meyakinkan *audiens* agar memilih. Media periklanan utama adalah Instagram *feed* tentang Pulau Tiban dan media pendukung berupa poster, plang, spanduk, brosur, tiket dan stiker. Persamaan dari perancangan ini terletak di metode yang digunakan yaitu kualitatif dan analisis SWOT sedangkan, perbedaannya terletak pada media yang digunakan yaitu hanya fokus di *feed* instagram saja.

Persamaan antar penelitian diatas dengan penelitian ini merupakan penulis sama-sama menggunakan perancangan Instagram sebagai media promosi, bedanya penulis akan melakukan perancangan pada pasar kreatif Sibata Festival dan menggunakan semua *fitur* yang ada di instagram, sedangkan penelitian diatas hanya menggunakan *fitur* pada *feed* saja.

Dari tinjauan Pustaka yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian tentang “Perancangan Media Promosi Instagram Sibata Festival Kedungbenda Untuk Meningkatkan *Awareness* Pasar Kreatif Kabupaten Purbalingga” yang dilakukan oleh penelitian lainnya. Penelitian yang sebelumnya melakukan perancangan menggunakan media yang sama yaitu Instagram, namun menggunakan konsep, objek, analisi dan *fitur* media utama yang berbeda.

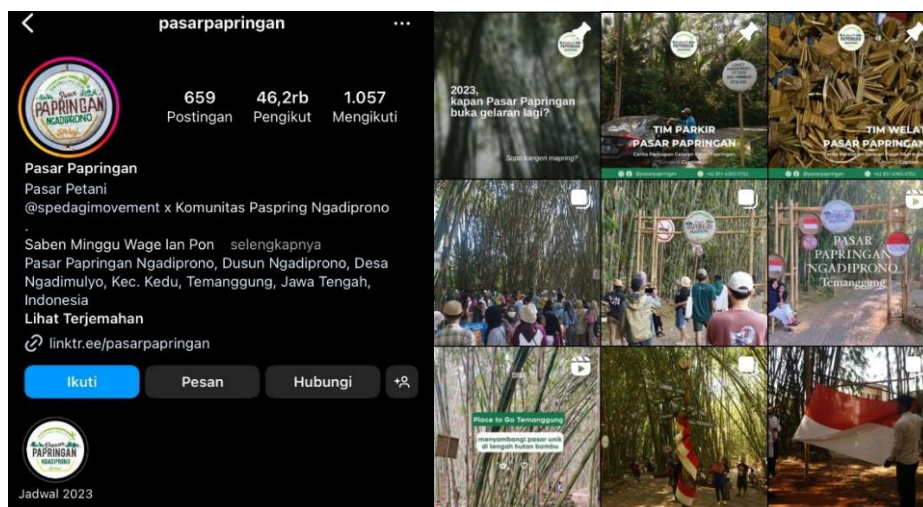
2.2 Referensi Karya

Pada perancangan ini, penulis memilih beberapa karya untuk dijadikan referensi dalam pembuatan media promosi Instagram Sibata Festival yang akan dirancang. Berikut karya yang akan dijadikan sebagai acuan :

2.2.1 Pasar Papringan Temanggung (@pasarpapringan)

Pasar papringan dibuat yaitu untuk melakukan upaya menghidupkan kembali tempat yang awalnya kotor kini telah diubah menjadi pasar papringan yang

sudah menarik minat banyak orang yang semula tempat tersebut kotor kini telah diubah menjadi pasar kreatif, memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki konten yang menarik. Pada keseluruhan konten yang dibuat @pasarpapringan mereka mengedepankan isi dari acara papringan tersebut, fokus utama pada instagram @pasarpapringan yaitu foto isi acara dan *font* yang menjelaskan tataletak maupun tempat didalam @pasarparingan, sehingga tersampaikan dengan jelas dan mudah dimengeri *audience*. Hal tersebut menjadikan @pasarpapringan sebagai referensi perancangan yang akan dibuat penulis.

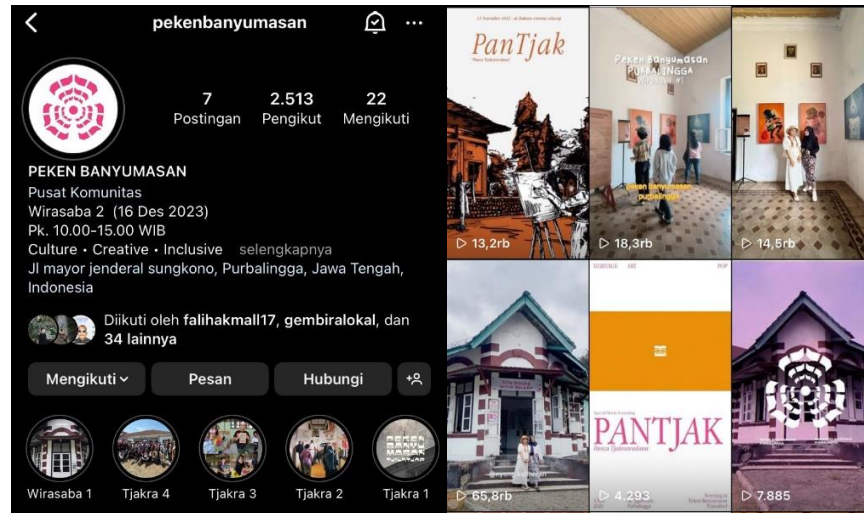


Gambar 2.1 Instagram dari (@pasarpapringan)

(Sumber : <https://instagram.com/pasarpapringan?igshid=YzAwZjE1ZTI0Zg==>)

2.2.2 Peken Banyumasan (@pekenbanyumasan)

Peken Banyumas merupakan sebuah acara yang bertujuan agar masyarakat Kabupaten Banyumas tetap melestarikan Budaya yang ada di Kabupaten Banyumas. Acara ini diselenggarakan oleh DPMPTSP Kabupaten Banyumas, Kecamatan Banyumas dan bekerjasama dengan IT Telkom Purwokerto. Pada keseluruhan konten @pekenbanyumasan mereka mengedepankan unsur tipografi, video *reels* yang sangat kreatif sesuai dengan konsep acara. *Reels* acara @pekenbanyumasan juga memberikan kesan retro pada desain yang mereka buat. Penggunaan elmen yang ada pada @pekenbanyumasan video *reels* menggunakan elmen retro pada konten tersebut serta pemilihan warna akan menjadi referensi penulis pada perancangan yang dibuat.



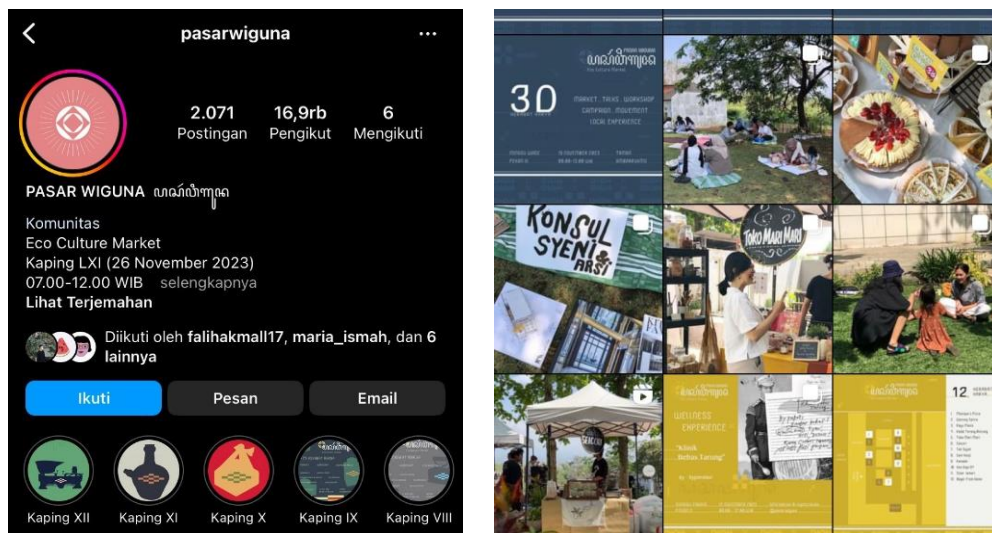
Gambar 2.2 Instagram dari (@pekenbanyumasan)

(Sumber : 2.2. :

<https://instagram.com/pekenbanyumasan?igshid=YzAwZjE1ZTI0Zg==>)

2.2.3 Pasar Wiguna (@pasarwiguna)

Pasar Wiguna terletak kawasan taman Plaza Ambarrukmo Jogja merupakan tempat untuk belajar, belanja dan bersantai @pasarwiguna juga menggelar *event* setiap minggu yang berisi berbagai tenan makanan, baju hingga *workshop* seni yang ada di @pasarwiguna. Elmen dari konten instagram @pasarwiguna yaitu *layout* dan tipografi akan menjadi referensi penulis pada perancangan yang dibuat.



Gambar 2.3 Instagram dari (@pasarwiguna)

(Sumber : 2.2. <https://instagram.com/pasarwiguna?igshid=YzAwZjE1ZTI0Zg==>)

2.3 Dasar Teori

Pada sub bab ini, akan diajukan pembahasan mengenai teori-teori yang dibutuhkan dalam merancang konten Instagram, termasuk teori seputar Instagram. Teori ini menjadi pedoman penulis dalam membuat konten Instagram sehingga mendapatkan elemen khas yang membedakannya. Berikut adalah rangkuman dari teori-teori tersebut:

2.3.1 Landasan Konseptual

a. Pasar Kreatif

Pasar kreatif atau ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi baru yang menggabungkan informasi dan kreativitas dan didasarkan pada ide, pemikiran dan pengetahuan dari faktor produksi manusia [11]. Pasar kreatif merupakan sebuah konsep pasar yang berfokus pada penjualan dan pameran yang berkaitan dengan industri kreatif seperti seni, desain, teknologi kreatif, kulineran dan budaya. Dengan adanya pasar kreatif diharapkan dapat mendukung perekonomian dan kreativitas pada masyarakat tersebut. Pasar kreatif biasanya menampilkan beragam produk dan sektor industri kreatif, yang dimana dapat mencakup karya seni, barang-barang unik, aplikasi teknologi kreatif dan lain sebagainya.

Pasar ini sering menjadi tempat bagi para inovator dan kreator untuk memperkenalkan ide-ide baru dan karya-karya kreatif mereka. Inovasi dan kreativitas menjadi nilai tambah yang dihargai di pasar ini. Pasar kreatif juga dapat menjadi tempat di mana komunitas kreatif berkumpul, berinteraksi, dan berkolaborasi. Hal ini dapat menciptakan peluang pertukaran ide dan dukungan antar pelaku industri kreatif. Menjadi sarana untuk mempromosikan dan mendukung pelaku kreatif lokal yang dapat menciptakan peluang bagi seniman lokal dan wirausaha kreatif untuk membangun merek mereka dan meningkatkan visibilitas mereka dan beberapa Pasar kreatif mungkin menawarkan pengalaman berbelanja unik yang berbeda dari pengalaman berbelanja tradisional.

b. Instagram

Instagram merupakan jenis *platform* media sosial dalam bentuk aplikasi, yang digunakan untuk berbagi gambar dan video. Instagram juga terhubung dengan *facebook*, karena instagram merupakan bagian dari aplikasi *facebook*. Seiring dengan meningkatnya jumlah instagram, *platform* ini semakin berkembang dengan

fungsinya sebagai sarana bagi pengusaha untuk mempromosikan produknya melalui Instagram [12].

Pada perancangan ini Instagram digunakan sebagai media untuk mengoptimalkan fitur-fitur yang ada pada Instagram, seperti *feed*, *story* dan *reels*.

1. Instagram *feed* digunakan untuk mengunggah foto dan video yang akan muncul pada halaman *followers* sebagai informasi tentang Sibata Festival.
2. Instagram *story* digunakan sebagai penyampaian informasi singkat mengenai acara Sibata Festival dan fitur *ask me questions* dan *votes* untuk membangun komunikasi kepada *audiens*.
3. Instagram *reels* digunakan untuk menyampaikan informasi berbentuk konten video mengenai lokasi dan ada apa saja acara yang ada di Sibata Festival tersebut.

c. Awareness

Dalam bukunya yang berjudul *Multicultural Awareness*, Teknik *Cinemeducation* dan *Bibliotherapy*, Dr. Subekti Masri menjelaskan bahwa kesadaran (*awareness*) adalah pengalaman yang membentuk kesadaran individu terhadap suatu peristiwa penting dalam lingkungan mereka [13]. Jadi dapat disimpulkan bahwa *awareness* atau kesadaran adalah momen ketika seseorang menyadari dan memiliki pemahaman tentang objek yang sedang diamati

2.3.2 Landasan Perancangan

a. Gaya desain

Flat Design adalah istilah dalam desain grafis yang menggambarkan gaya desain yang bersifat datar, simpel, mudah dimengerti, dan rapi dalam penampilannya [14]. Gaya desain datar (*Flat Design*) terinspirasi oleh *Swiss Style* atau Desain Internasional yang populer dan mendominasi pada tahun 1940-an dan 1950-an di Swiss. *Flat design* memanfaatkan elemen-elemen dasar yang sering muncul, termasuk ilustrasi, tipografi, tata letak, dan penggunaan warna.

Konsep dari perancangan Instagram Sibata Festival ini menggunakan desain *Flat*, menyesuaikan dengan Sibata, tujuan menggunakan desain *Flat* sangat tepat, desain sederhana dan mudah dipahami.

a. Tipografi

Huruf bukan hanya alat untuk berkomunikasi, tetapi juga dapat dijadikan elemen karya seni yang dikenal sebagai Tipografi. Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sedemikian rupa yang selalu menekankan keterbacaan dan memiliki nilai desain [15]. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya karena dalam desain komunikasi visual, Ada empat prinsip pokok dalam tipografi yang memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan desain tipografi, yaitu *legibility*, *clarity*, *visibility*, dan *readability*.

1. *Legibility* (Keterbacaan)

Legibility adalah kualitas yang membuat huruf-huruf dapat dibaca dengan jelas. Prinsip ini fokus pada kemampuan huruf-huruf individu untuk terlihat dengan baik.

2. *Visibility* (Keterlihatan)

Visibility adalah kemampuan huruf, kata, atau kalimat dalam desain komunikasi visual untuk dapat terlihat dengan baik pada jarak tertentu. Prinsip ini mempertimbangkan sejauh mana teks dapat terbaca dengan jelas dalam situasi yang berbeda.

3. *Clarity* (Keketegasan)

Clarity adalah kemampuan huruf-huruf yang digunakan dalam desain untuk dapat dibaca dan dimengerti oleh pembaca. Ini berfokus pada bagaimana huruf-huruf membentuk kata dan kalimat yang dapat dipahami dengan jelas.

Ada tiga jenis dasar tipografi yang lazim digunakan dalam desain grafis, yaitu serif, sans-serif, dan dekoratif. Namun, seiring berjalannya waktu, muncul pula berbagai jenis tambahan tipografi sebagai hasil perkembangan zaman[16]. Tipografi yang digunakan harus disesuaikan dengan target audiens agar pembaca dapat membaca dan menerimanya. Jenis huruf yang dipakai dalam perancangan ini yaitu menggunakan jenis tipografi:

- *Sans-serif* Kata "sans" dalam bahasa Prancis memiliki arti 'tanpa', sementara "serif" berarti 'kait'. Oleh karena itu, tipografi sans serif mengacu pada jenis huruf yang tidak memiliki kaitan pada ujung goresannya. Jenis huruf ini biasanya memberikan kesan minimalis dan modern. Beberapa perusahaan besar,

seperti Gojek, Google, Spotify, dan Netflix, bahkan memilih menggunakan jenis huruf ini untuk logo mereka.

- *Dekoratif* Tipografi, yang juga dikenal sebagai tipe *display*, mengacu pada jenis huruf yang biasanya dipakai untuk judul atau teks dalam ukuran besar, seperti pada kartu ucapan, logo, dan poster. *Font* yang termasuk dalam kategori ini dapat berupa gambar tangan atau hasil modifikasi desainer melalui komputer, tergantung pada tujuan tertentu. Dengan demikian, variasi tipografi *dekoratif* cenderung sangat beragam dan memiliki keunikan masing-masing.

b. Warna

Warna diartikan secara subjektif atau psikologis sebagai pengalaman visual yang berkaitan dengan persepsi manusia, sedangkan secara obyektif atau fisik didefinisikan sebagai panjang gelombang yang dipancarkan cahaya [17]. Secara psikologis, manusia memiliki persepsi warna yang berbeda. Pemilihan warna pada desain ini menyesuaikan dengan acara Sibata Festival itu sendiri yaitu warna coklat dan *orange*.

c. Storytelling

Storytelling merupakan sebuah teknik dalam menyampaikan suatu cerita dengan bentuk kata-kata, gambar, foto, atau suara [18]. *Storytelling* memperhatikan penyampaian dan penempatan konten untuk memastikan pesan terstruktur dan menarik untuk disimak. Karena desain ini memerlukan *storytelling* untuk menyampaikan informasi agar lebih terstruktur.

d. Fotografi

Fotografi merupakan suatu teknik seni melukis dengan cahaya. Unsur cahaya merupakan unsur terpenting dalam seni fotografi, karena fotografi pada dasarnya adalah seni melukis dengan cahaya. Cahaya merupakan elemen yang sangat penting dalam fotografi, tanpa cahaya maka fotografi tidak mungkin dilakukan [19]. Namun saat ini, seiring kemajuan teknologi dan setiap orang dapat memiliki kamera dan mengambil foto, sebagian besar orang belum memahami definisi fotografi sebagai seni. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan kamera sekedar untuk mengambil gambar terkesan jauh dari definisi fotografi itu sendiri. Terdapat teknik-teknik dasar dalam fotografi, sebagai berikut :

- 1) *Aperture* merupakan bagian dari lensa yang menjadi jalannya cahaya masuk kedalam kamera, pengaturan dalam *aperture* yang dapat mempengaruhi cahaya masuk dalam kamera (*Depth of Field*).
- 2) *Shutter Speed* adalah bagian yang mengatur cepat dan lambatnya rana membuka serta menutup cahaya yang melewati bukaan lensa, sehingga cahaya masuk kedalam kamera.
- 3) *International Standart Organization* (ISO) merupakan pengaturan pada kamera yang mengatur sensitivitas sensor. Pengaturan ini sangat berpengaruh pada pencahayaan dan gambar yang dihasilkan.

e. Videografi

Videografi merupakan proses penggunaan media untuk merekam momen dan peristiwa dalam bentuk gambar serta suara yang dapat dinikmati di kemudian hari sebagai kenangan atau sebagai bahan pembelajaran untuk mengetahui lebih jauh tentang apa yang terjadi [20]. Hal yang harus diperhatikan dalam videografi adalah pencahayaan dan *camera angle* untuk memberikan daya tarik dan informasi jelas.

f. Ilustrasi

Menurut kamus, ilustrasi berarti gambar, diagram, atau peta yang digunakan untuk menjelaskan atau memperindah sesuatu, terutama bagian tertulis dari barang cetakan seperti buku [21]. Ilustrasi membantu memahami isi teks. Ilustrasi dalam bentuk diagram, grafik, atau coretan tangan, baik manual maupun digital, juga dapat membantu memperjelas dan memperindah teks dan naskah. Desain ini menggunakan ilustrasi agar karya terlihat lebih hidup.

g. Layout

Tujuan utama dari *layout* adalah untuk menampilkan elemen gambar dan teks sedemikian rupa sehingga informasi yang disajikan dapat dengan mudah diterima oleh pembaca dan menjadi komunikatif [22]. Menempatkan elemen yang utama secara visual lebih menonjol daripada elemen yang kurang penting, agar dapat membantu pembaca mudah memahami struktur dan prioritas informasi.

Pemberian ruang kosong disekitar elemen penting agar membantu membaca dan memahami informasi. Distribusi visual elemen dalam *layout* agar

menciptakan keseimbangan estetis. Memastikan teks dan elemen mudah dibaca dan dipahami. Adapun prinsip dari *layout* sebagai berikut :

- a. *Sequence*/Urutan adalah urutan perhatian. Hal ini membantu menyelaraskan opini pembaca dengan keinginan kita, sehingga pesan lebih mudah dipahami.
- b. *Emphasis*/penekanan merupakan hal yang dapat dicapai dengan berbagai cara, termasuk menggunakan elemen tata letak yang lebih besar, menggunakan warna yang kontras atau berbeda, memilih penempatan yang strategis, dan menggunakan bentuk dan gaya yang berbeda.
- c. *Balance*/Keseimbangan yang menyangkut pembagian bobot dalam ruang, termasuk ruang kosong dan terisi. Ada dua jenis keseimbangan: keseimbangan simetris memberikan kesan kuat dan formal, dan keseimbangan asimetris memberikan kesan lebih dinamis pada.
- d. *Unity*/Kesatuan tidak hanya mengacu pada kesatuan unsur-unsur yang terlihat secara fisik, tetapi juga kesatuan antara unsur-unsur fisik dan *non*-fisik, terutama dalam kaitannya dengan pesan dan komunikasi yang disampaikan dalam suatu konsep desain.
- e. Konsistensi mengacu pada pengendalian estetika penampilan secara keseluruhan. Selain sebagai pengontrol estetika, hal ini membantu memposisikan semua material yang ada dalam tata letak.

Mengatur elemen agar mata mengikuti alur informasi dengan lancar. Menjaga konsentrasi dalam penggunaan elemen seperti warna, *font* dan uluran. Memastikan bahwa *layout* dapat beradaptasi dengan berbagai ukuran layer atau media dan mengoptimalkan *layout* agar menyesuaikan diri dengan perubahan dalam ukuran layer atau perangkat. Dalam membuat konten instagram ini sangat perlu memperhatikan *Layouting*, sehingga dari beberapa prinsip tentang *layout* akan diterapkan pada konten instagram yang akan dibuat. Agar tampilan lebih tertata, enak dilihat, dan menarik perhatian.