

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Studi Pustaka

Penulis mencari beberapa data dan informasi dari perancang atau literatur terdahulu. Penulis menggali dari berbagai jurnal, buku dan skripsi yang ada kaitannya dengan judul penulis sebagai bahan perbandingan, baik kekurangan maupun kelebihan yang sudah ada. Berikut studi pustaka yang akan digunakan, referensi karya dan landasan teori Perancangan Konten Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pondok Pesantren Darul Muttaqin Banyumas.

2.1.1 Penelitian dengan judul Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana

Promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo

Skripsi dengan judul Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo karya Savinatul Hasanah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, disusun pada Desember 2022 [10]. Dalam perancangan tersebut dirancang untuk memperbaiki pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan diambil secara langsung dari subjek dan objek penelitian.

Hasil dari penelitian Savinatul Hasanah menghasilkan Perencanaan Pengelolaan Media Sosial dengan 4 program yaitu, perencanaan pembuatan konten harian, mingguan, bulanan dan tahunan, dengan meliputi kegiatan yang ada di pondok melalui postingan, instastory dan *live streaming*. Adapun yang dapat menjadi persamaan antara perancangan karya Savinatul Hasanah dengan perancangan penulis, yaitu pada pemilihan media perancangannya yang merupakan media instagram berupa konten harian

sebagai media informasi dan promosi. Adapun perbedaan antara perancangan tersebut dengan perancangan penulis pada penelitian ini hanya berfokus pada pengelolaan dan hanya meliput kegiatan yang ada di pondok, sedangkan penulis nantinya akan membuat konten tidak hanya kegiatan pondok namun ada konten edukasi tentang Islam yang dibuat sesuai dengan trend yang ada dan target audience yang dituju. Pada penelitian ini penulis ingin menggunakan sebagai referensi dari 4 program yang akan dibuat yaitu konten harian, konten mingguan, bulanan dan tahunan.

2.1.2 Penelitian dengan judul Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Café Ulala (UNESA LEARNING LABORATORY) Surabaya

Jurnal dengan judul Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Café Ulala (*UNESA LEARNING LABORATORY*) Surabaya karya Safir Al Haq, Asidigisianti Surya Patria mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, Progam Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni. Tahun 2022 [11]. Dalam jurnal ini peneliti merancang template feed Instagram untuk media promosi Café Ulala Surabaya, di mana dalam penelitian tersebut dirancang sebagai penguatan brand Café Ulala. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menunjang pengumpulan data dan analisis data. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan data yang sudah di dapatkan kemudian dianalisis dengan teknik SWOT (Strength, Opportunity, Weakness, Threat).

Hasil dari penelitian ini berupa template feed Instagram dan Instastory dengan jumlah 5 Jenis, yaitu konten-konten tentang produk, suasana lokasi yang diteliti, peringatan hari besar dan nasional dan juga konten yang berhubungan dengan Universitas Negeri Surabaya serta Kota Surabaya. Adapun yang dapat menjadi persamaan antara perancangan ini dengan perancangan penulis, yaitu pada pemilihan media perancangannya yang merupakan media instagram berupa postingan feeds dan instastory. Adapun yang menjadi perbedaan antara perancangan tersebut dengan perancangan

penulis yaitu perancangan jurnal ini hanya fokus membuat template dan membuat konten berupa feeds dan instastory saja, sedangkan penulis ingin merancang konten instagram tidak hanya feeds dan instastory namun membuat konten reels juga. Pada penelitian ini penulis ingin menggunakan sebagai referensi dari metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dan juga analisis SWOT.

2.1.3 Penelitian dengan judul Perancangan Desain Konten Instagram sebagai Media Informasi Kecantikan

Jurnal yang berjudul Perancangan Desain Konten Instagram sebagai Media Informasi Kecantikan karya Princessa Yesenia Hansudoh, Listia Natadjaja, Daniel Kurniawan Salamoon mahasiswa Universitas Kristen Petra, Progam Studi Desain Komunikasi Visual. Tahun 2021 [12]. Penelitian ini berharap konten instagram dapat digunakan menjadi media utama remaja untuk mendapatkan informasi tentang kecantikan. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi kasus. Observasi dilakukan dengan mengikuti perkembangan tren kecantikan dan studi kasus dilakukan dengan *deep research* kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan.

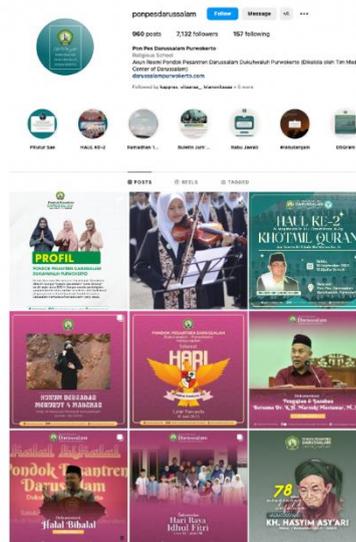
Hasil dari perancangan ini berupa postingan instagram dengan isi konten-konten edukasi tentang kecantikan dengan memperhatikan aspek aspek pada dunia desain. Adapun persamaan antara perancangan ini yaitu berupa konten-konten Instagram tentang edukasi kepada remaja. Adapun yang menjadi pembeda antara perancangan tersebut dengan perancangan penulis yaitu pada konsep yang dirancang dalam membuat postingan Instagram, di mana dalam perancangan ini dirancang dalam bentuk konten postingan saja, sedangkan penulis akan merancang postingan Instagram dengan tambahan konten video atau bisa di sebut reels Instagram. Pada penelitian ini penulis ingin menggunakan sebagai referensi dari pembuatan konten yang sesuai dengan tren yang sedang terjadi.

Berdasarkan Tujuan Pustaka di atas maka dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian tentang “Perancangan Konten Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pondok Pesantren Darul Muttaqin Banyumas” yang dilakukan oleh peneliti lainnya. Dalam penelitian lain merancang menggunakan media yang sama yaitu Instagram, namun menggunakan konsep dan objek yang berbeda.

2.2 Referensi Karya

Dalam perancangan ini, penulis membutuhkan beberapa referensi berupa karya-karya terdahulu yang akan digunakan sebagai perbandingan mengenai kekurangan maupun kelebihan yang ada. Referensi karya ini akan digunakan oleh penulis sebagai referensi perancangan konten instagram untuk meningkatkan promosi Pondok Pesantren Darul Muttaqin. Referensi ini digunakan sebagai pembuktian keaslian karya pada media sosial sebagai promosi yang akan dibuat oleh penulis. Berikut karya-karya yang akan dijadikan sebagai acuan :

2.2.1 Instagram Pondok Pesantren Darussalam Purwokerto

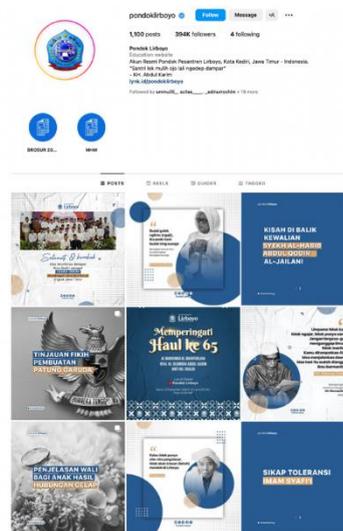


Gambar 2.1 Instagram PonPes Darussalam
(Sumber: <https://www.instagram.com/ponpesdarussalam/>)

Pondok Pesantren Darussalam merupakan salah satu Pondok modern di Purwokerto, Banyumas. Postingan pada Instagram ini menampilkan konten-konten berupa profil Pondok dan konten informasi lainnya tentang Pondok Pesantren Darussalam, dan menarik untuk dilihat dari konten-konten yang mudah dipahami dan memenuhi aspek desain. Konten yang dibuat oleh Pondok Pesantren Darussalam ini tidak membosankan dengan tidak hanya berisikan konten tentang promosi pondok saja namun ada edukasi yang di dapatkan, dan Informasi tentang pondok juga sangat jelas jadi calon santri atau jamaah bisa memahami langsung isi dari konten instagramnya.

Pada referensi karya ini yang di ambil untuk perancangan yang akan dibuat adalah konsep program harian yang di upload untuk dijadikan konten Instagram, dan juga menampilkan profil pondok dalam postingan maupun highlight profil selain program hariannya penulis akan membuat konten edukasi seperti yang ada di Instagram pondok pesantren Darussalam.

2.2.2 Instagram Pondok Pesantren Lirboyo



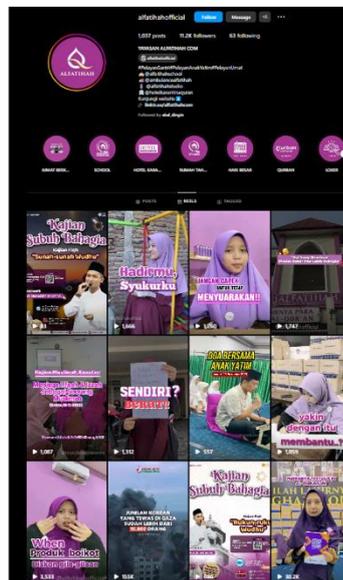
Gambar 2.2 Instagram PonPes Lirboyo
(Sumber: <https://www.instagram.com/pondoklirboyo/>)

Pondok Pesantren Lirboyo adalah pondok yang terletak di Kediri, Jawa Timur. Pada postingan Instagram Pondok Lirboyo ini berisi konten menarik tentang informasi Pondok Lirboyo maupun informasi lainnya, Instagram ini

sangat membantu karena informasi yang diberikan jelas dan menarik sesuai dengan konsep desain yang ada, dengan *tone* warna, *layout* dan pilihan font, dan juga konten - konten harian maupun mingguan tidak membosankan.

Pada referensi karya ini yang di ambil untuk perancangan yang akan dibuat adalah gaya desain minimalis, layout, tone warna yang selaras dan juga tipografinya. Pada konten Instagram Lirboyo sangat menarik untuk dijadikan referensi karena konten konten yang di posting terlihat menarik dengan pemilihan tipografi, tone warna dan layoutnya.

2.2.3 Instagram Al-Fatihah Official



Gambar 2.3 Instagram Al-fatihah

(Sumber: <https://www.instagram.com/alfatihahofficial/>)

Al-fatihah adalah Yayasan Islam yang bergerak di bidang sosial dan Pendidikan. Yayasan ini memiliki beberapa program seperti Pondok Pesantren, Sekolah, Rumah Tahfidz dan Saluran atau Pantu untuk anak yatim. Yayasan ini berada di Semarang berdiri sejak tahun 2016. Konten-konten yang dibuat oleh Yayasan Al-Fatihah berupa seputar agam Islam dengan gaya desain minimalis dan varian konten yang bermacam-macam. Informasi yang dibuat dikemas dengan gaya desain minimalis juga masa kini, selain itu yang menjadi sorotan pada akun Instagram Al-Fatihah yaitu banyak konten interaksi dengan *Followers* yang dibuat oleh santri atau pengurusnya dengan

mengunggah konten-konten tanya jawab, konten kegiatan yang ada di pondok dan konten menarik lainnya, sehingga menjadikan konten Instagram yang dibuat oleh Al-Fatihah tidak membosankan.

Pada referensi karya ini yang di ambil untuk perancangan yang akan dibuat adalah bagian instastory dan konten reels instagramnya, instastory dan konten reels Instagram yang dibuat memiliki keunikan yaitu santri sebagai model juga konten alur ceritanya yang menarik, seperti konten tanya jawab dengan sesama santri, konten tantangan kepada santrinya dan tanya jawab dengan *followers*.

2.3 Landasan Teori

Dalam landasan teori penulis memerlukan beberapa teori untuk mendukung landasan teori ini untuk perancangan yang akan dibuat. Berikut adalah teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

2.3.1 Instagram

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto yang membutuhkan internet agar bisa digunakan. Hal ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. [13]. Informasi apa saja sangat mudah di dapatkan di Instagram, dengan Instagram orang-orang lebih mudah mendapatkan informasi terkini tentang apa saja. Untuk menggunakan Instagram pengguna Instagram harus mengunggah konten-konten, untuk menarik para pengguna lain.

Konten Instagram adalah kumpulan konten berupa postingan yang dibagikan oleh pengguna melalui akun mereka. Banyak faktor yang mempengaruhi daya tarik pengguna Instagram berkunjung ke akun Instagram dalam mendapatkan informasi [14]. Instagram tidak hanya digunakan untuk hiburan saja namun juga bisa dijadikan media komunikasi, promosi, marketing, bahkan branding. Instagram sekarang banyak digunakan untuk suatu kelompok atau gerakan sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan individu, namun seringkali digunakan sebagai penggerak munculnya gerakan sosial baru di masyarakat. Instagram telah menjadi tempat *platform*

komunitas di mana orang dengan mudah berinteraksi satu sama lain [9]. Dengan konten yang menarik pengguna lainnya akan lebih suka dan lebih mudah dalam menerima informasi. Fitur dalam Instagram diantaranya feeds, reels, dan instastory. Dalam merancang konten Instagram pengguna harus bisa mengetahui agar pengguna lain tertarik dengan konten-konten yang akan di unggah. Salah satu cara yang efektif yaitu dengan menampilkan visual yang menarik dan informatif.

2.3.2 Promosi

Promosi adalah alat atau sesuatu kegiatan yang menyampaikan pesan tertentu yang berhubungan dengan produk baik barang ataupun jasa, Kegiatan promosi dinilai sangat membantu mengenalkan suatu produk terhadap konsumen untuk digunakan dengan memilih produk yang akan diinginkan oleh konsumen melalui berbagai pesan yang mengajak, membujuk, menginformasikan, mengingatkan dan mendorong pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan [15]. Kegiatan promosi bertujuan untuk mendapatkan pelanggan untuk memilih barang atau jasa yang ditawarkan. Promosi yaitu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperlihatkan keistimewaan suatu produk dan mengajak konsumen atau pelanggan untuk membeli atau memilih produk tersebut [16].

Dengan adanya kegiatan promosi, perusahaan akan mengalami peningkatan penjualan atau peningkatan pengenalan perusahaan. Dalam promosi memiliki beberapa jenis yaitu:

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. Penjualan (*Personal Selling*)
- c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
- d. Hubungan Masyarakat (*Public relation*)
- e. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

Macam-macam jenis promosi di atas bisa di sebut dengan *promotional mix*. *Promotional mix* yaitu gabungan dari strategi terbaik variabel periklanan, *personal selling* dan berbagai jenis lainnya untuk mencapai tujuan program penjualan [17]. Dalam perancangan ini jenis promosi yang akan

digunakan adalah Periklanan dan Hubungan masyarakat.

2.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan unsur desain yang memiliki dua peran, yaitu sebagai media untuk menyampaikan pesan melalui teks yang dapat dibaca serta sebagai unsur visual atau gambaran yang dapat diapresiasi secara visual. Tipografi berfungsi untuk menyampaikan ide dan informasi dari sebuah halaman kepada pembaca [18]. Manusia selalu berhubungan dengan tipografi secara tidak langsung akan di temukan dalam kehidupan sehari-hari, hampir semua yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual memiliki elemen tipografi. Dalam desain tidak memperhatikan tipografi dapat mengurangi nilai keindahan dan menjadi tidak menarik. Tipografi harus tepat sasaran dengan target audiens, sehingga mudah untuk dibaca dan diterima dengan baik oleh pembaca. Tipografi yang akan digunakan antara lain :

A. Serif

Serif adalah jenis huruf yang memiliki kaitan pada bagian ujung strokes (goresan). Huruf serif disebut juga sebagai huruf roman, mengacu pada awal penggunaan huruf serif oleh bangsa Romawi [19]. Font serif memiliki ukuran ketebalan garis yang berbeda pada lekukan-lekukan bentuk garisnya. Pada perancangan ini penulis akan menggunakan jenis font serif. Penulis memilih font ini dikarenakan font ini mampu menciptakan kesan resmi dan klasik sehingga sesuai dengan tema atau objek yang menjadi fokus dalam perancangan ini.

B. Sans serif

Sans serif adalah jenis huruf yang memiliki ciri dengan tidak adanya serif, tebal goresan yang sama, serta sumbu yang tegak dan tegas. Sans serif sering digunakan untuk teks panjang karena mudah dibaca walaupun pada ukuran yang kecil. Sans serif akan lebih mudah dibaca pada media cetak. Dalam perancangan ini penulis akan menggunakan font sans serif, alasan memilih font ini yaitu dikarenakan font sans serif memiliki kesan-kesan minimalis juga sans serif akan digunakan pada desain yang memiliki teks Panjang karena sans serif lebih mudah dibaca.

2.3.4 Warna

Warna adalah suatu elemen yang akan terus berhadapan dengan kehidupan sehari-hari, Warna memiliki falsafah, simbol, dan emosi sehingga warna memiliki persepsi yang berbeda-beda bagi setiap orang [20]. Pemilihan warna akan menjadi hal yang sangat penting pada perancangan konten Instagram. Warna yang akan digunakan oleh penulis yaitu hijau, putih, dan hitam. Analisis karakteristik dari warna tersebut antara lain :

- a. Hijau, Hijau yang cerah memberikan kesan alami dan sesuai dengan warna yang ada di lingkungan Pondok warna ini akan digunakan sebagai warna dasar.
- b. Putih, merupakan warna yang kalem dan cocok untuk digunakan dalam penggunaan gaya desain minimalis warna yang tidak terlalu mencolok. Warna ini juga akan digunakan sebagai perpaduan warna dasar hijau.
- c. Hitam, memberikan suatu kesan yang tegas warna ini digunakan karena akan terbaca jelas jika dipadukan dengan warna putih, sehingga desain yang dibuat akan mudah dipahami.

2.3.5 Layout

Layout adalah pengolahan dari pesan-pesan yang bertujuan untuk sosial atau kelompok, *layout* digunakan untuk menambah nilai estetis. Dalam pembuatan *layout* harus mempertimbangkan pola penempatan karena bertujuan untuk menata komposisi teks atau gambar guna mengandung unsur *artistic* dan efektif [21]. Penggunaan *layout* harus mengutamakan keseimbangan, kesatuan dan konsistensi. Perancangan konten Instagram memerlukan penggunaan *layout* yang *artistic* dan efektif dalam menyajikan hasil yang lebih komunikatif. Pada perancangan ini *layout* yang akan digunakan adalah minimalis karena penggunaan *layout* minimalis lebih mudah dipahami oleh siapapun, dan juga minimalis sesuai dengan tema atau objek yang diteliti dengan citra pondok pesantren.