

Peran Desain Visual Dalam Meningkatkan *Engagement* Pengguna Instagram: Studi Kasus Pada Akun @yakin_bdg

The Role Of Visual Design In Improving Instagram User Engagement: A Case Study On The @yakin_bdg Account

Muhammad Saeful Hilalulloh¹, Mamok Andri Senubekti²

¹. Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Muhammad Saeful Hilalulloh ¹, email: muhammad10121594@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 12/07/2025

Diterima: 13/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Desain Visual, Instagram, *Engagement* Pengguna.

A B S T R A K

Penelitian ini mengkaji peran desain visual dalam meningkatkan *engagement* pengguna Instagram melalui studi kasus akun @yakin_bdg. Latar belakang penelitian adalah pentingnya kualitas konten visual dalam media sosial untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi pengguna. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh elemen desain visual terhadap tingkat keterlibatan pengguna pada akun tersebut. Metode deskriptif kualitatif digunakan dengan observasi konten Instagram @yakin_bdg (Februari-April 2025) dan wawancara dengan desainer grafis yang terlibat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti tipografi yang jelas dan konsisten, warna cerah dan kontras, tata letak terstruktur, ilustrasi/foto relevan, dan logo konsisten secara signifikan meningkatkan daya tarik konten. Data *insight* akun memperlihatkan lonjakan signifikan dalam tayangan dan *likes* setelah perbaikan desain *views* meningkat dari 297 menjadi 12.475, *likes* dari 127 menjadi 460, konsisten dengan wawancara yang menegaskan bahwa konten estetis dan profesional mendorong interaksi lebih tinggi. Kesimpulannya, desain visual yang efektif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan *engagement* pengguna Instagram, sehingga strategi konten perlu menitikberatkan pada elemen-elemen visual yang tepat dan inovatif untuk mempertahankan minat audiens.

A B S T R A C T

This study examines the role of visual design in enhancing Instagram user engagement through a case study of the @yakin_bdg account. The research is grounded in the importance of high quality visual content on social media to capture user attention and foster interaction. It aims to analyze how visual design elements affect engagement levels on the account. A qualitative descriptive method was employed, involving content observation of @yakin_bdg posts (February-April 2025) and interviews with the graphic designer. Results show that design elements such as clear, consistent typography, vibrant contrasting colors, structured layouts, relevant images/illustrations, and a consistent logo significantly increase content appeal. Analytics data revealed a dramatic increase in views and likes following design improvements views rising from 297 to 12,475; likes from 127 to 460, consistent with interview insights that aesthetically pleasing and professional content encourages higher interaction. In conclusion, effective visual design contributes significantly to boosting Instagram user engagement; content strategies should emphasize appropriate and innovative visual elements to maintain audience interest.

Keywords:

visual design, Instagram, user engagement.

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i8>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

1. Pendahuluan

Media sosial di Indonesia tumbuh pesat, dan Instagram telah menjadi salah satu platform utama yang menawarkan konten berbasis visual. Popularitas Instagram yang terus meningkat mendorong banyak organisasi dan pelaku usaha memanfaatkan platform ini dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, seiring dengan banyaknya konten yang tersedia, banyak akun menghadapi tantangan untuk menarik perhatian pengguna dan meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna. Fenomena ini, misalnya, tampak pada akun Instagram @yakin_bdg yang aktif berbagi konten kreatif, namun masih menghadapi kendala dalam meningkatkan interaksi pengikutnya.

Instagram, sebagai platform berbasis visual, menempatkan desain konten sebagai faktor penting dalam menarik minat pengguna. Unsur-unsur desain visual seperti komposisi, warna, tipografi, dan aspek estetika lainnya dapat mempengaruhi persepsi pengguna sehingga mendorong peningkatan interaksi. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas dan konsistensi elemen desain visual berpengaruh terhadap keterlibatan pengguna media sosial. Oleh karena itu, urgensi mempelajari peran desain visual di Instagram semakin tinggi, mengingat persaingan konten yang ketat menuntut strategi visual yang lebih efektif.

Kajian yang mengaitkan peran desain visual dengan peningkatan keterlibatan pengguna di Instagram masih terbatas, terutama dalam konteks lokal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut serta memberikan wawasan praktis bagi pengelola media sosial dan desainer dalam menyusun strategi konten yang lebih efektif. Studi kasus pada akun @yakin_bdg diharapkan memberikan gambaran konkret mengenai praktik desain visual dalam konteks lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain visual dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada akun Instagram @yakin_bdg. Secara khusus, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi elemen-elemen desain visual yang berkontribusi pada peningkatan keterlibatan pengguna.

2. Kajian Teori

Desain Visual

Desain visual adalah bidang yang mempelajari penerapan elemen-elemen visual (seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, dan tata letak) untuk menyampaikan informasi secara efektif, komunikatif, dan estetis. Dalam konteks Desain Komunikasi Visual, elemen-elemen ini dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan pesan melalui media visual dengan dukungan teknologi digital. Konten visual yang efektif mampu menampilkan informasi dengan jelas, akurat, dan menarik bagi audiens (Sameto & Suwanda, 2025). Pada platform media sosial, komposisi elemen-elemen desain juga harus dijaga agar tampilan visual tampak harmonis (Puspasari & Hadithya, 2023). Beberapa prinsip desain utama meliputi:

1. Kesatuan (*unity*): hubungan harmonis antara elemen visual dengan ide utama, sehingga pesan dapat diterima dengan jelas.
2. Kesenambungan (*continuation*): penggunaan elemen visual berulang (misalnya bentuk, warna, tekstur) untuk menciptakan alur dan konsistensi dalam desain.
3. Irama (*rhythm*): pola pengulangan dan pergantian elemen secara teratur sehingga tercipta kesan dinamis dan menarik.
4. Kontras (*contrast*): perbedaan warna atau kecerahan yang menonjolkan fokus utama sambil menjaga keselarasan visual keseluruhan.
5. Proporsi (*proportion*): perbandingan ukuran antar elemen desain agar setiap bagian terlihat seimbang dan selaras dengan keseluruhan karya.

Elemen Desain Visual

Elemen desain visual adalah komponen dasar yang digunakan untuk menciptakan dan menyusun karya desain yang efektif. Berikut adalah beberapa elemen penting dalam desain visual:

1. Tipografi, yang mengacu pada seni dan teknik dalam memilih serta mengatur huruf, angka, dan simbol dalam teks agar komunikasi menjadi efektif dan estetis. Tipografi tidak hanya mencakup pemilihan jenis huruf yang menarik, tetapi juga melibatkan pengaturan ukuran huruf, spasi antar huruf dan baris, serta tata letak secara keseluruhan agar teks mudah dibaca dan dipahami (Widiantoro et al., 2025).
2. Fotografi dan Videografi adalah elemen penting dalam desain komunikasi visual yang berfungsi untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik.

- a. Fotografi merupakan seni dan praktik pengambilan gambar dengan kamera. Dalam desain komunikasi visual, fotografi digunakan untuk menangkap momen atau objek yang mendukung pesan yang ingin disampaikan. Teknik fotografi meliputi pengaturan komposisi, pencahayaan, dan pemilihan lensa untuk menghasilkan gambar berkualitas tinggi. Fotografi dapat diterapkan dalam berbagai konteks, seperti iklan, dokumentasi acara, atau karya seni (Birtano et al., 2024).
- b. Videografi adalah seni dan teknik merekam serta menghasilkan gambar bergerak menggunakan kamera. Dalam desain komunikasi visual, videografi telah berkembang pesat seiring kemajuan teknologi, yang memungkinkan siapa saja untuk membuat video dengan perangkat sederhana seperti *smartphone* (Endyarto & Kabelen, 2022).
3. Warna merupakan elemen penting dalam desain, karena penggunaan warna yang tepat dapat mempengaruhi dan memprovokasi reaksi dari orang yang melihat desain visual (Erlyana et al., 2023).
4. *Layout* atau tata letak adalah pengaturan elemen-elemen yang ditempatkan secara sengaja dalam suatu bidang, meliputi penataan teks, gambar, dan ruang untuk menciptakan komposisi visual yang efektif, estetik, dan menarik. *Layout* berfungsi sebagai panduan dalam merancang produk cetakan dan memulai desain. Tujuan utama *layout* adalah menyajikan elemen desain, seperti gambar, teks, dan warna, dengan cara yang memudahkan audiens memahami informasi yang disampaikan (Meta Saharani et al., 2025).
5. Logo adalah simbol atau gambar yang dapat berupa tulisan, sketsa, atau ilustrasi, yang memiliki makna khusus untuk merepresentasikan identitas suatu entitas, seperti organisasi, lembaga, perusahaan, atau produk (Faizal, 2020).

Digital Marketing di Media Sosial

Pada era digital, pemasaran memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk mempromosikan produk dan menjangkau konsumen secara luas serta personal. Media sosial dirancang untuk komunikasi dua arah, mempermudah interaksi antar pengguna maupun antara merek dengan audiens. Di Indonesia, Instagram menjadi salah satu platform kunci dalam strategi digital *marketing* berkat beragam fitur seperti *Feed*, *Story*, *Reels*, dan algoritme personalisasi yang membantu menghubungkan merek dengan audiensnya. Meningkatnya popularitas Instagram menegaskan pentingnya strategi *content marketing* yang berfokus pada produksi dan penyebaran informasi relevan. Dalam konteks Instagram, konten visual yang kuat menjadi elemen utama: riset menunjukkan bahwa konten visual yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan pengguna (misalnya jumlah *like*, komentar, atau *share*) dan pada akhirnya memengaruhi persepsi serta keputusan pembelian konsumen (Sopari et al., 2024).

Konten Visual di Instagram

Konten visual memegang peran sentral dalam komunikasi pemasaran di Instagram. Konten ini didefinisikan sebagai penyajian informasi menggunakan elemen-elemen visual yang lazim ditemui di media sosial, dan konten visual yang baik mampu menyampaikan pesan kepada audiens secara jelas melalui desain yang menarik. Dalam praktik *content marketing*, terdapat beberapa elemen kunci agar konten visual efektif, antara lain:

1. Gambar atau Desain Sederhana: Penggunaan gambar yang tidak rumit untuk memudahkan pemahaman informasi oleh audiens.
2. Tata Letak Terstruktur: Penempatan teks dan gambar secara rapi dan serasi sehingga konten tampak mudah diikuti dan estetik.
3. Skema Warna Konsisten: Pemilihan warna yang konsisten dengan identitas merek untuk memperkuat pengenalan *brand*.

Kajian empiris menguatkan pentingnya elemen-elemen tersebut. Konten visual yang dirancang dengan *layout* terstruktur, penggunaan warna sesuai identitas merek, serta desain yang menarik terbukti meningkatkan daya tarik konten. Desain konten yang konsisten dan estetik tidak hanya memikat perhatian audiens tetapi juga memperkuat citra merek secara keseluruhan melalui visual *branding* (Rafif Virian Darmanto & Pungky Febi Arifianto, 2023).

Engagement Pengguna

Keterlibatan pengguna merupakan tolak ukur penting efektivitas strategi pemasaran di media sosial. Fasilitas interaksi dua arah di platform ini memungkinkan merek dan audiens saling berkomunikasi, sehingga kedalaman keterlibatan pengguna dapat meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten visual yang

menarik disertai pesan yang persuasif secara signifikan meningkatkan interaksi pengguna dan partisipasi audiens di Instagram. Keterlibatan tinggi tercermin dari perilaku pengguna seperti mengonsumsi konten, memberikan respons (suka, komentar), membagikan konten, hingga berkolaborasi dengan pengelola akun. Semakin tinggi kualitas visual dan komunikasi konten, semakin besar kemungkinan pengguna untuk aktif berinteraksi dan menjadi audiens setia. Oleh karena itu, strategi konten di Instagram hendaknya menggabungkan elemen-elemen grafis yang menarik dengan pesan persuasif agar dapat mempertahankan perhatian audiens dan membangun loyalitas pengguna (Sopari et al., 2024)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek akun Instagram @yakin_bdg yang memuat konten informasi seputar Kota Bandung. Data dikumpulkan melalui observasi konten yang diposting selama Februari–April 2025, dengan fokus pada elemen-elemen desain visual (seperti tipografi, warna, tata letak, fotografi/videografi, dan logo) serta data keterlibatan pengguna (jumlah *likes* dan tayangan setiap postingan). Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan tim kreatif yang bertanggung jawab atas pembuatan desain akun tersebut. Seluruh data observasi dan hasil wawancara didokumentasikan secara sistematis. Analisis data meliputi reduksi (pemilihan dan pengelompokan data relevan), identifikasi variabel desain visual dan tingkat keterlibatan pengguna, serta penarikan kesimpulan untuk memahami pengaruh elemen-elemen desain visual terhadap *engagement* pengguna.

4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada peran desain visual yang diposting oleh akun Instagram @yakin_bdg. Variabel desain visual dalam penelitian ini dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 1. Variabel Elemen Desain Visual (Sumber: Diolah Penulis 2025)

No	Elemen Desain Visual	Deskripsi
1	Tipografi	Identifikasi jenis tipografi yang digunakan berdasarkan struktur huruf
2	Fotografi dan Videografi	Identifikasi ilustrasi dan fotografi menggunakan teori desain
3	Warna	Identifikasi warna berdasarkan unsur desain
4	<i>Layout</i>	Identifikasi <i>layout</i> elemen teks dan elemen visual
5	Logo	Identifikasi adanya logo yang berulang pada konten

Analisis Elemen Desain Visual

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun Instagram @yakin_bdg memposting berbagai jenis konten yang meliputi informasi seputar Kota Bandung, yang dapat dikategorikan menjadi empat jenis konten utama:

Tabel 2. Jumlah Jenis Konten (Sumber: Diolah Penulis 2025)

No	Jenis Konten	Jumlah
1	Konten Berita	28
2	Konten Edukasi	12
3	Konten Hiburan	3

4	Konten Momentum	1
---	-----------------	---

Dari keempat kategori tersebut, konten berita dan edukasi mendominasi dengan jumlah konten masing-masing 28 dan 12. Fokus analisis ini terletak pada kedua jenis konten tersebut, karena keduanya memiliki frekuensi posting yang lebih tinggi dan relevansi yang besar dalam memberikan informasi terkini serta edukasi kepada audiens, terutama terkait dengan perkembangan Kota Bandung.

a. Konten Berita

Konten berita yang diposting oleh akun Instagram @yakin_bdg berisi informasi terkini mengenai berbagai peristiwa dan perkembangan yang terjadi di Kota Bandung. Konten ini dirancang dengan desain visual yang menarik untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara efektif. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 4 sampel konten berita berdasarkan konsep visual yang digunakan, yang memiliki jumlah *likes* dan *views* terbanyak dibandingkan dengan konten berita lainnya, sebagai berikut:



Gambar 1. Konten Berita 1 Reels
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 2. Konten Berita 2 Reels
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 3. Konten Berita 3 Post
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 4. Konten Berita 4 Post
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)

Tabel 3. Data Konten Berita (Sumber: Diolah Penulis 2025)

Konten	Jumlah <i>Likes</i>	Jumlah <i>Views</i>
Berita 1	118	4.223
Berita 2	72	3.232
Berita 3	38	176
Berita 4	36	134

Elemen desain visual dari keempat sampel konten berita diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Elemen Desain Visual Konten Berita (Sumber: Diolah Penulis 2025)

No	Elemen Desain Visual	Analisis
1	Tipografi	Di semua gambar, tipografi yang digunakan tegas dan mencolok, dengan kombinasi <i>font sans-serif modern</i> . Teks diatur dengan jelas, dengan judul yang lebih besar dan tebal untuk menonjolkan pesan utama, sementara teks kecil menyampaikan informasi tambahan. Hierarki ini memudahkan pembaca untuk fokus pada pesan utama. Variasi ketebalan dan ukuran <i>font</i> memperjelas perbedaan antara judul dan rincian tambahan.
2	Fotografi dan Videografi	Gambar-gambar ini menampilkan foto-foto yang mencolok dan menciptakan suasana yang hangat serta menarik. Dua gambar pertama memperlihatkan interaksi nyata, seperti Wali Kota yang berbincang dengan guru dan pemeriksaan kesehatan, yang menambah kesan otentik dan relevansi pada pesan. Gambar ketiga dan keempat juga menampilkan potret individu dalam konteks yang sesuai, memperkuat humanisasi pesan dan menarik perhatian pemirsa.
3	Warna	Skema warna pada keempat gambar ini cerah dan hangat, dengan dominasi merah dan oranye yang menciptakan kesan energi, urgensi, dan antusiasme. Warna-warna hangat ini dipadukan dengan warna netral seperti putih dan hitam, yang menyeimbangkan komposisi serta mempermudah pembacaan teks. Kontras warna antara tipografi dan latar belakang memastikan pesan utama tampil jelas dan mencolok.
4	Layout	<i>Layout</i> di semua gambar teratur dan rapi, dengan penataan elemen yang memudahkan pembacaan. Judul ditempatkan di bagian atas atau tengah untuk segera menarik perhatian pemirsa. Penggunaan foto, ikon, dan logo disesuaikan dengan baik, sehingga tidak ada elemen yang mendominasi. Beberapa gambar juga menggunakan bingkai atau garis tepi di sekitar teks, yang menjaga agar <i>layout</i> tetap terstruktur dan mencegah desain menjadi terlalu penuh.
5	Logo	Logo yang konsisten muncul di setiap gambar, memperkuat branding kampanye "Yakin". Ditempatkan di sudut atas desain, logo tetap terlihat jelas tanpa mengalihkan perhatian dari pesan utama. Penempatan ini menjaga agar merek tetap hadir sekaligus mempertahankan fokus pada konten. Desain logo yang sederhana namun efektif, dengan estetika <i>modern</i> dan profesional, melengkapi keseluruhan gaya desain.

b. Konten Edukasi

Akun Instagram @yakin_bdg memposting konten edukasi yang berisi informasi terbaru mengenai topik pendidikan, sosial, budaya, dan kesehatan. Konten ini dirancang dengan desain visual yang menarik untuk memudahkan pemahaman audiens dan menyampaikan pesan secara efektif. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 4 sampel konten edukasi berdasarkan konsep visual yang digunakan, yang memiliki jumlah *likes* dan *views* terbanyak dibandingkan konten edukasi lainnya, sebagai berikut:



Gambar 1. Konten Edukasi 1 *Reels*
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 2. Konten Edukasi 2 *Reels*
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 3. Konten Edukasi 3 *Reels*
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)



Gambar 4. Konten Edukasi 4 *Reels*
(Sumber : Akun Instagram @yakin_bdg)

Tabel 5. Data Konten Edukasi (Sumber: Diolah Penulis 2025)

Konten	Jumlah <i>Likes</i>	Jumlah <i>Views</i>
Edukasi 1	72	912
Edukasi 2	51	477
Edukasi 3	31	573

Edukasi 4	55	553
-----------	----	-----

Elemen desain visual dari keempat sampel konten edukasi diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Elemen Desain Visual Konten Edukasi (Sumber: Diolah Penulis 2025)

No	Elemen Desain Visual	Analisis
1	Tipografi	Pada gambar-gambar ini, tipografi yang digunakan sangat jelas dan tegas. Judul ditulis dengan <i>font</i> besar dan tebal, sementara kata-kata penting diberi warna kontras, seperti merah atau oranye, untuk menonjolkan pesan utama. Penggunaan <i>font sans-serif</i> yang <i>modern</i> memberikan kesan bersih, mudah dibaca, dan meningkatkan kesan profesional pada desain.
2	Fotografi dan Videografi	Gambar-gambar ini menampilkan foto yang relevan dengan topik masing-masing. Foto pada gambar pertama, misalnya, menggambarkan budaya lokal yang dilestarikan oleh generasi muda, memberikan kesan autentik dan menarik perhatian. Gambar kedua menunjukkan interior perpustakaan yang rapi, menekankan pentingnya aksesibilitas. Foto-foto ini digunakan untuk memberikan konteks pada pesan dan menjadikannya lebih dekat dengan audiens.
3	Warna	Warna dominan di setiap gambar adalah oranye, yang memberikan kesan energi, semangat, dan keterikatan pada audiens. Warna ini dipadukan dengan warna netral seperti putih dan abu-abu, yang menjaga keseimbangan visual dan memastikan teks tetap mudah dibaca. Kontras yang jelas antara teks dan latar belakang menambah daya tarik visual.
4	Layout	<i>Layout</i> di setiap gambar terorganisir dengan baik, dengan judul besar di bagian atas untuk menarik perhatian pertama kali. Di bawah judul, terdapat tombol atau ajakan untuk bertindak yang menggunakan warna kontras, mendorong interaksi lebih lanjut. Gambar-gambar ini menggunakan ruang secara efisien, menjaga desain tetap rapi dan memberikan cukup ruang untuk elemen visual dan teks.
5	Logo	Logo "Yakin" muncul secara konsisten di sudut atas setiap gambar, memperkuat branding yang terhubung dengan konten. Penempatan logo ini strategis, memastikan tetap terlihat tanpa mengganggu pesan utama. Logo tersebut memberikan identitas yang kuat dan mudah diingat oleh audiens.

Hubungan Kualitas Desain Visual dan *Engagement*

Sejalan dengan hasil wawancara narasumber. Desainer grafis akun menegaskan bahwa “kualitas desain visual langsung memengaruhi tingkat keterlibatan audiens. Desain yang menarik dan profesional lebih mungkin untuk menarik perhatian dan membuat audiens merasa tertarik untuk berinteraksi, seperti memberi *like*, *share*, atau komentar” Narasumber menambahkan bahwa konten yang estetik dan mudah dipahami cenderung lebih sering dibagikan, sementara desain yang buruk atau terlalu ramai justru membuat audiens menghindar. Artinya, peningkatan kualitas estetika visual menghasilkan *engagement* yang lebih tinggi. Singkatnya, data analitik dan wawancara saling memperkuat: ketika desain diperbaiki menjadi lebih kreatif dan informatif, pengguna merespons secara lebih aktif. Hasil ini mengonfirmasi hubungan erat antara kualitas desain visual dan tingkat interaksi (*likes*, *views*) pada akun Instagram @yakin_bdg.

Tantangan Mempertahankan *Engagement* melalui Desain Visual

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan yang dihadapi @yakin_bdg dalam mempertahankan *engagement* pengguna melalui desain visual. Pertama, persaingan konten yang tinggi di media sosial membuat audiens mudah bosan. Data menunjukkan konten video (*Reels*) mendapatkan lebih banyak *engagement* dibandingkan gambar statis; misalnya, Konten Berita 1 (*Reels*) memperoleh 118 *likes* dan 4.223 *views*, sementara Konten Berita 3 (Gambar) hanya mendapatkan 38 *likes* dan 176 *views*. Desainer akun menyatakan bahwa “Tantangan terbesar adalah harus tetap kreatif, pengguna juga semakin cepat bosan”, karena audiens cepat bosan.

Kedua, tantangan antara mengikuti tren desain dan mempertahankan konsistensi merek. Desainer akun menyebutkan “Tantangan terbesar dalam mempertahankan konsistensi desain adalah menjaga agar visual tetap segar dan relevan tanpa kehilangan identitas yang sudah dibangun”. Ketiga, keberagaman audiens menambah kerumitan. Seperti dikemukakan desainer akun, “setiap audiens punya preferensi dan karakteristik yang berbeda. Saya biasanya menghadapinya dengan memahami lebih dalam siapa target audiens saya lewat *feedback* atau analisis performa konten sambil terus bereksperimen agar tetap menarik dan relevan”.

5. Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa elemen desain visual memiliki peran penting dalam meningkatkan *engagement* pengguna di akun Instagram @yakin_bdg. Penggunaan tipografi yang konsisten, warna yang kontras dan selaras dengan identitas merek, *layout* yang rapi, serta ilustrasi atau video yang relevan terbukti mampu menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi seperti *likes* dan *views*. Terdapat hubungan positif antara kualitas visual konten dengan tingkat keterlibatan pengguna. Penerapan desain yang lebih estetik dan informatif menghasilkan peningkatan signifikan pada performa konten. Namun demikian, akun ini juga menghadapi tantangan seperti persaingan konten yang tinggi dan kecenderungan audiens yang mudah bosan, sehingga diperlukan inovasi desain berkelanjutan tanpa mengorbankan konsistensi identitas visual.

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola akun disarankan untuk menjaga konsistensi identitas visual dengan tetap menggunakan elemen-elemen seperti logo, palet warna, dan tipografi yang selaras dengan karakter merek. Selain itu, disarankan untuk mengoptimalkan konten video pendek seperti *Reels* karena terbukti mampu meningkatkan interaksi secara signifikan. Pemanfaatan teknologi berbasis AI juga dapat menjadi solusi dalam mendukung efisiensi proses desain dan analisis performa konten, selama tetap mengedepankan kreativitas dan orisinalitas. Pelatihan bagi tim kreatif dalam penggunaan teknologi serta pembaruan terhadap tren desain juga diperlukan agar konten tetap segar dan relevan bagi audiens.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan riset ilmiah ini yang berfokus pada bidang Manajemen dan Akuntansi. Ucapan terima kasih yang tulus Penulis sampaikan kepada para pembimbing, dosen, dan ahli yang telah memberikan arahan, wawasan, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada lembaga dan institusi yang telah menyediakan fasilitas serta sumber daya yang sangat mendukung kelancaran riset ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan sejawat, kolega, dan semua pihak yang telah berkontribusi dengan pemikiran, saran, serta dukungan yang sangat berharga, baik dalam bentuk penelitian, analisis, maupun bantuan moral. Semoga hasil riset ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu Manajemen dan Akuntansi serta bermanfaat bagi dunia akademik dan praktisi di bidang terkait.

7. Referensi

- Birtano, B. D., Sarjani, N. K. P., & Artawan, C. A. (2024). Perancangan Komunikasi Visual Fotografi Produk Makanan Pisang Lenana Oleh Pt. Sds Visual Di Denpasar. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2)(2), 198–208. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/download/3914/1472/11773>
- Endyarto, M. T., & Kabelen, N. W. (2022). Video Company Profile Sanggar Alam Batik Pasuruan Sebagai Media Informasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 6(01), 1–13. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v5i2.636>
- Erlyana, Y., Everlin, S., Yuwono, I. F., Desain, D., Visual, K., & Mulia, U. B. (2023). *Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna*. 09(03), 398–399.

- Faizal, M. (2020). Desain Logo Responsif sebagai Identitas Visual DKV Universitas 'Aisyiyah Bandung. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 9(1), 143–156. <https://doi.org/10.34010/visualita.v9i1.3165>
- Meta Saharani, Adam Wahida, & Margana. (2025). Perancangan Corporate Identity melalui Media Komunikasi Visual pada Distributor Sumber Jaya Toys Store. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 9(1), 25–38. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v9i1.1041>
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Rafif Virian Darmanto, & Pungky Febi Arifianto. (2023). Perancangan Konten Visual Instagram Ca-Fiber Untuk Meningkatkan Pemasaran. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 322–330. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2994>
- Sameto, P. M. J., & Suwanda, A. K. P. (2025). Analisa Strategi Desain Komunikasi Visual Dalam Pendidikan Pemilu 2024 Studi Kasus Bijak Memilih. *VisualRaya: Jurnal Seni, Desain Dan Visualisasi Digital*, 1(1), 41–51.
- Sopari, R. M., Alawiyah, W. D., Politeknik, A. B., Bandung, N., & Indonesia, B. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. */Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 356–369. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/4450>
- Widiantoro, B., Hardjana, A. C., & Senasaputro, B. B. (2025). Analisis Tipografi dalam Konten Instagram @disbudparkotasemarang sebagai Penguatan City Branding Semarang “Simpul Ekonomi Jawa.” *Nirmana*, 25(1), 12–19. <https://doi.org/10.9744/nirmana.25.1.12-19>