

STRATEGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM OPTIMALISASI ENGAGEMENT AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TRIBUNBOGOR

PENULIS

¹⁾Risa Anjeli Defani, ²⁾Leonard Dharmawan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara penyampaian informasi, khususnya pada media berita daring yang terus mengalami peningkatan konsumsi secara global. Platform media sosial telah menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi digital, sehingga mendorong media berita untuk beradaptasi melalui strategi desain grafis guna meningkatkan keterlibatan audiens (*audience engagement*). Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi desain komunikasi visual yang diterapkan pada akun Instagram @tribunbogor dalam mengoptimalkan *audience engagement* melalui elemen visual seperti tipografi, tata letak, dan hierarki visual. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisis Miles dan Huberman, yang didukung oleh observasi digital, teknik purposive sampling, penyajian data secara deskriptif, serta analisis Instagram Insights pada periode Januari hingga Mei 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap format konten menerapkan strategi desain yang berbeda: unggahan tunggal menekankan aspek penekanan visual, unggahan carousel berfokus pada retensi informasi melalui kombinasi tipografi, sedangkan reels mengoptimalkan ketepatan visual dengan memanfaatkan *safe zone*, perataan tengah (*center alignment*), dan tipografi sans-serif. Dengan demikian, strategi desain komunikasi visual yang adaptif dan selaras dengan karakteristik platform Instagram berkontribusi terhadap peningkatan *audience engagement*.

Kata Kunci

Media Berita Digital, Engagement, Desain Grafis, Instagram, Komunikasi Visual

ABSTRACT

The development of digital communication technology has significantly transformed how information is delivered, particularly in online news media, which continues to grow in global consumption. Social media platforms have become the primary channel for digital information dissemination, encouraging news media to adapt through graphic design strategies to enhance audience engagement. This study analyzes the visual communication design strategies used on the Instagram account @tribunbogor to optimize audience engagement through visual elements such as typography, layout, and visual hierarchy. The research employs a qualitative approach using the Miles and Huberman model, supported by digital observation, purposive sampling, descriptive data presentation, and Instagram Insights analysis from January to May 2026. The findings indicate that each content format applies different design strategies: single posts emphasize visual emphasis, carousels focus on information retention through typographic combinations, and reels optimize visual precision using safe zones, center alignment, and sans-serif typography. In conclusion, adaptive visual communication design strategies aligned with Instagram's platform characteristics contribute to increased audience engagement.

Keywords

Digital News Media, Engagement, Graphic Design, Instagram, Visual Communication

AFILIASI

Program Studi
Nama Institusi
Alamat Institusi

^{1,2)}Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi
^{1,2)}Institut Pertanian Bogor
^{1,2)}Jl. Kumbang No.14, Babakan, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat - 16128

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Risa Anjeli Defani
anjelidefany@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara penyampaian informasi, khususnya pada sektor media berita daring yang kini mengalami peningkatan konsumsi secara global. Transformasi ini ditandai dengan pergeseran perilaku audiens dari media konvensional menuju platform digital yang lebih interaktif dan mudah diakses. Media sosial sebagai salah satu platform digital berfungsi sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi yang cepat, efisien, dan luas (Zaxrie et al., 2024).

Tabel 1. Data Penggunaan Media Sosial Tahun 2026

Data Penggunaan Media Sosial Tahun 2026	Jumlah/Persentase
Pengguna media sosial dunia	5,17 miliar pengguna
Pengguna media sosial Indonesia	180 juta pengguna
Persentase pengguna media sosial di Indonesia	62,9% dari populasi nasional
Persentase penggunaan Instagram di Indonesia	82,40%

Sumber: Hootsuite dan We Are Social, 2026

Berdasarkan laporan Hootsuite, jumlah pengguna media sosial di dunia pada tahun 2026 mencapai sekitar 5,17 miliar pengguna dan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tingginya penggunaan media sosial menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas komunikasi masyarakat modern, termasuk dalam mengakses informasi dan berita digital. Instagram sebagai salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan yang tinggi dinilai memiliki fitur serta penyajian visual yang lebih menarik dibandingkan platform media sosial lainnya (Damayanti et al., 2023). Survei dari *Digital 2026: Indonesia* dari We Are Social juga menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 180 juta pengguna atau setara dengan 62,9% populasi nasional dan Instagram menjadi salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan yang tinggi di Indonesia, dengan persentase penggunaan mencapai 82,4% pada tahun 2026 (We Are Social, 2026).

Dominasi konten visual pada Instagram menjadikan komunikasi visual sebagai salah satu elemen penting dalam penyampaian pesan di media sosial. Konten yang berkualitas merupakan konten yang mampu menonjolkan kekuatan visual sebagai daya tarik utama dalam penyampaian pesan kepada audiens (Utomo et al., 2025). Elemen visual seperti warna, tipografi, komposisi, dan ilustrasi tidak hanya berfungsi untuk memperindah tampilan, tetapi juga meningkatkan daya tarik, keterlibatan, serta pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan (Rambe et al., 2025). Teori komunikasi visual juga menjelaskan bahwa elemen visual mampu menyampaikan makna secara lebih cepat dan emosional dibandingkan teks (Lester, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa desain visual bukan sekadar aspek estetika, melainkan komponen strategis dalam membentuk efektivitas komunikasi digital, terutama dalam lingkungan media sosial yang sangat kompetitif dan berbasis perhatian singkat.

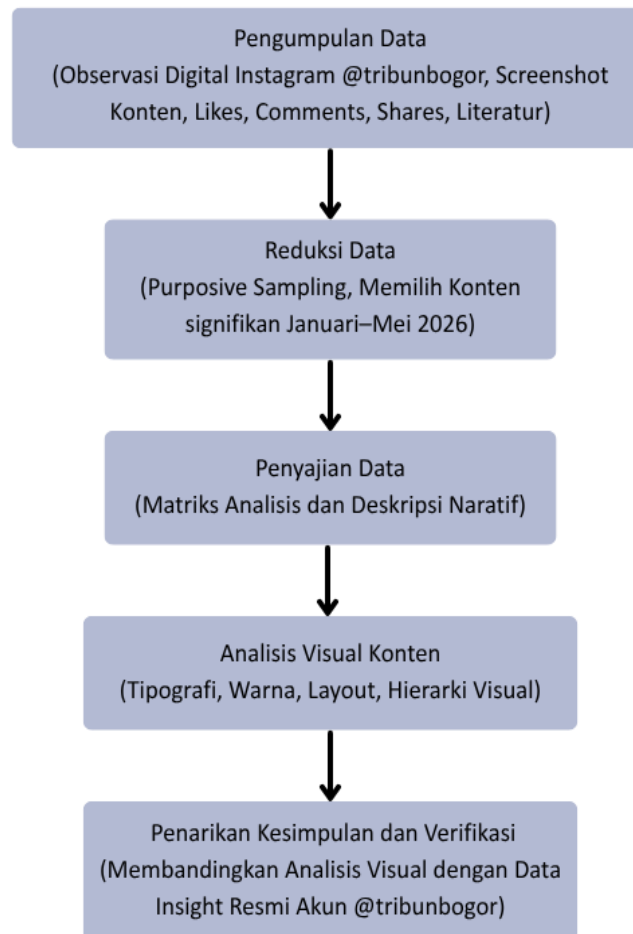
Engagement merupakan bentuk keterlibatan audiens terhadap suatu konten di media sosial yang mencerminkan seberapa efektif pesan yang disampaikan diterima oleh pengguna. Engagement secara sederhana dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi dua arah yang melibatkan adanya umpan balik (feedback) dari audiens terhadap suatu pesan atau konten yang dipublikasikan. Dalam media sosial, engagement menunjukkan respons audiens terhadap konten tertentu yang diunggah, seperti likes, comments, shares, maupun bentuk interaksi lainnya (Barizki dan Apriani, 2024). Tingkat engagement dapat dilihat melalui metrik seperti likes, comments, shares, saves, reach, dan views. Dalam konteks ini, penggunaan elemen visual yang tepat dinilai mampu meningkatkan daya tarik sekaligus mendorong interaksi audiens terhadap konten Instagram. Strategi visual yang efektif juga berperan dalam menciptakan *thumb-stopping content*, yaitu konten yang mampu menghentikan perhatian pengguna ketika melakukan aktivitas scrolling, sehingga peluang terjadinya interaksi menjadi lebih tinggi.

Dalam persaingan media berita digital yang semakin ketat, media berita tidak lagi hanya berperan sebagai penyedia informasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan audiens memberikan respons secara langsung melalui berbagai fitur digital. Kondisi ini menuntut Tribun Bogor untuk beradaptasi tidak hanya dari sisi kecepatan distribusi berita, tetapi juga dari segi cara penyajian informasi agar tetap relevan dan menarik di tengah arus konten yang sangat padat. Persaingan tersebut menyebabkan media berita perlu memperhatikan strategi komunikasi visual agar informasi yang dipublikasikan mampu menarik perhatian sekaligus mempertahankan keterlibatan audiens. Akun Instagram @tribunbogor memanfaatkan berbagai format konten seperti *single post*, *carousel*, dan *video reels* dalam penyampaian informasi kepada audiens digital. Setiap format tersebut memiliki pendekatan desain visual yang berbeda sesuai dengan karakteristik konten dan tujuan engagement yang ingin dicapai. Penggunaan tipografi, tata letak, hingga

penempatan elemen visual pada setiap format menjadi bagian dari strategi desain komunikasi visual yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas komunikasi informasi. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual memiliki peran penting dalam mendukung performa konten media berita digital di Instagram.

Namun demikian, penelitian mengenai strategi desain komunikasi visual pada media berita lokal, khususnya dalam konteks optimalisasi engagement akun Instagram, masih relatif terbatas. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung berfokus pada desain visual dalam konteks promosi dan branding bisnis, sehingga kajian yang secara spesifik membahas penerapan desain grafis pada media berita digital masih belum banyak dilakukan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi desain komunikasi visual pada akun Instagram @tribunbogor dalam mengoptimalkan engagement audiens melalui penerapan elemen-elemen visual pada konten Instagram.

II. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Alur Analisis Data Penelitian
(Sumber: Diadaptasi dari Miles dan Huberman)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengadopsi model analisis data interaktif dari Miles dan Huberman (1994). Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis yang dimulai dengan tahap pengumpulan data (*data collection*) melalui observasi digital pada akun Instagram @tribunbogor. Data yang dihimpun meliputi dokumentasi visual berupa tangkapan layar (*screenshot*) konten, metrik interaksi (*likes, comments, shares*), serta diperkuat dengan studi literatur dari jurnal akademik dan referensi teori komunikasi visual guna membangun landasan analisis yang kredibel.

Mengingat tingginya frekuensi produksi konten harian pada objek penelitian, peneliti melakukan reduksi data (*data reduction*) menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam tahap ini, data disaring dengan memilih sampel konten yang merepresentasikan strategi desain tertentu atau memiliki tingkat *engagement* yang signifikan selama periode Januari hingga Mei 2026. Proses reduksi ini bertujuan untuk menajamkan fokus penelitian pada elemen-elemen visual yang paling berpengaruh terhadap optimalisasi interaksi audiens.

Selanjutnya, data yang telah terpilih disajikan melalui tahap penyajian data (*data display*) dalam bentuk matriks analisis visual dan deskripsi naratif. Peneliti melakukan dekonstruksi terhadap setiap sampel konten dengan membedah elemen-elemen spesifik desain grafis, seperti tipografi, palet warna, tata letak (*layout*), hingga hierarki visual. Pada tahap ini, peneliti secara kritis menghubungkan karakteristik bentuk desain dengan pola perilaku audiens guna mengidentifikasi bagaimana strategi desain tersebut beroperasi secara teknis di platform Instagram.

Tahap akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Verifikasi dilakukan dengan menyandingkan elemen visual yang telah didekonstruksi dengan data metrik (*insight*) resmi dari akun [@tribunbogor](#) periode Januari–Mei 2026. Melalui proses ini, peneliti menarik kesimpulan objektif mengenai efektivitas strategi desain grafis dalam mengoptimalkan *engagement* pada akun [@tribunbogor](#).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisis strategi desain komunikasi visual pada konten Instagram [@tribunbogor](#) dalam mengoptimalkan *engagement* akun. Pembahasan difokuskan pada penerapan elemen visual seperti tipografi, tata letak (*layout*), hierarki visual, komposisi warna, dan *safe zone* pada berbagai format konten Instagram. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan melalui teori desain komunikasi visual dan dikaitkan dengan data *insight* akun untuk memahami efektivitas strategi desain grafis terhadap keterlibatan audiens. Dalam konteks media berita digital yang bersifat cepat dan kompetitif, strategi visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang menentukan bagaimana informasi dipersepsi dan direspons oleh audiens. Oleh karena itu, analisis dalam bab ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk visual konten, tetapi juga menelaah hubungan antara keputusan desain dengan respons keterlibatan pengguna di platform Instagram.

3.1 Strategi Desain Komunikasi Visual pada Konten Instagram [@tribunbogor](#)

Akun Instagram [@tribunbogor](#) menerapkan berbagai strategi desain komunikasi visual dalam penyampaian informasi digital melalui format *single post*, *carousel*, dan *video reels*. Setiap format menunjukkan penggunaan elemen visual seperti tipografi, tata letak (*layout*), hierarki visual, komposisi warna, dan *safe zone* yang disesuaikan dengan karakteristik konten serta tujuan *engagement* yang ingin dicapai.

1) Single Post



Gambar 2. Konten Single Post Instagram [@tribunbogor](#)
(Sumber: Instagram [@tribunbogor](#))

Dalam format *Single Post* (gambar 2), strategi desain difokuskan pada kecepatan penyampaian informasi, khususnya pada konten breaking news yang menuntut audiens memahami pesan dalam waktu singkat. Headline ditempatkan sebagai pusat perhatian visual menggunakan font ITC New Baskerville dengan posisi rata kiri sehingga audiens dapat menangkap inti informasi secara cepat melalui pola baca berbentuk huruf “F”. Penggunaan font serif yang memiliki karakter elegan dan klasik dinilai mampu membangun kesan profesional, prestisius, serta terpercaya di mata audiens (Nugraha, 2026).

Penggunaan jenis huruf tersebut selaras dengan identitas Tribun Bogor sebagai media berita lokal yang berupaya membangun citra informatif dan kredibel kepada audiensnya.

Penempatan headline dengan tata letak rata kiri menunjukkan upaya membangun alur baca yang lebih natural bagi audiens. Posisi tersebut membantu mata mengikuti pola baca dari kiri ke kanan secara lebih terstruktur sehingga informasi utama dapat dipahami lebih cepat ketika pengguna melakukan aktivitas scrolling di media sosial. Strategi ini mendukung keterbacaan visual karena audiens tidak perlu menyesuaikan titik awal baca pada setiap baris teks. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa tipografi dan tata letak memiliki pengaruh terhadap kejelasan informasi serta daya serap audiens terhadap pesan visual (Setiawan dkk, 2025).

Untuk menjaga keterbacaan teks, digunakan gradient overlay hitam pada bagian bawah gambar agar headline berwarna putih terlihat jelas meskipun foto berita memiliki pencahayaan yang beragam. Penggunaan ukuran headline yang dominan, elemen bentuk persegi (rectangle) berwarna biru di belakang teks, serta kontras warna antara teks dan latar menunjukkan penerapan prinsip *emphasis* dalam desain layout untuk menciptakan fokus visual terhadap informasi utama. Penempatan teks dengan kontras tinggi ini membantu membangun hierarki informasi sehingga audiens dapat menangkap pesan secara cepat ketika melakukan scrolling di media sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan prinsip desain layout pada konten Instagram berperan penting dalam memperjelas penyampaian informasi, salah satunya melalui penggunaan elemen penekanan visual seperti bentuk persegi (rectangle) di belakang teks untuk meningkatkan fokus audiens terhadap pesan utama yang disampaikan (Janet & Valentina, 2023). Prinsip desain seperti *emphasis*, *sequence*, *contrast*, *balance*, dan *unity* juga ditemukan dalam penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa struktur visual berperan penting dalam membangun hierarki informasi dan keterbacaan konten pada media digital (Astuti, 2021). Strategi tersebut memperlihatkan bahwa keterbacaan visual menjadi prioritas utama dalam penyampaian informasi cepat pada media berita digital.

2) Carousel



Gambar 3. Konten Carousel Instagram @tribunbogor
(Sumber: Instagram @tribunbogor)

Berbeda dengan konten single post, format konten carousel (gambar 3) lebih menekankan pada retensi informasi dan durasi perhatian audiens karena beban informasi lebih banyak disajikan dalam konten. Konten dirancang sebagai rangkaian visual yang mendorong audiens untuk terus melakukan swipe hingga slide terakhir sehingga penyampaian informasi dapat berlangsung lebih panjang dan mendalam. Pada slide pertama, tipografi Serif yang sama pada konten Single Post yakni font ITC New Baskerville turut digunakan di slide pertama konten Carousel sebagai *headline* untuk mempertahankan identitas visual akun @tribunbogor. Namun pada slide berikutnya, tipografi diubah menjadi Sans Serif yakni dengan menggunakan font Montserrat untuk meningkatkan kenyamanan membaca pada blok teks yang lebih panjang serta mengurangi kelelahan mata ketika audiens membaca informasi secara berurutan.

Strategi tersebut menunjukkan bahwa pemilihan tipografi tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga memengaruhi keterbacaan dan efektivitas komunikasi visual pada media digital. Penggunaan font Montserrat pada isi konten Carousel digunakan karena tipografi sans serif memiliki tingkat keterbacaan

lebih tinggi pada media digital karena bentuknya yang sederhana dan bersih. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa tipografi sans serif dinilai lebih modern, efisien, mudah dibaca dalam format digital, serta mampu mengurangi kelelahan mata sehingga lebih mendukung fokus audiens dalam mengonsumsi konten berdurasi panjang (Satheno & Frobenius, 2025). Dalam konteks ini, konsistensi visual dan kenyamanan pembaca diharapkan mampu meningkatkan engagement, khususnya pada format carousel yang mengandalkan retensi perhatian pengguna.

3) Video Reels



Gambar 4. Konten Video Reels Instagram @tribunbogor
(Sumber: Instagram @tribunbogor)

Pada format video reels (Gambar 4), strategi desain menyesuaikan dengan karakteristik media bergerak dan elemen antarmuka Instagram seperti tombol interaksi, caption, dan ikon aplikasi yang berpotensi menutupi informasi visual. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti menerapkan tata letak rata tengah (center aligned) dan menempatkan teks pada area aman (safe zone) agar informasi tetap terbaca dengan jelas oleh audiens. Tipografi sans serif ditampilkan dengan font Montserrat karena karakter huruf yang sederhana dinilai lebih mudah dikenali dalam durasi singkat pada media bergerak. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa penggunaan font sans serif cenderung memberikan kesan modern, sederhana, dan mudah dibaca pada layar digital, sehingga sering digunakan pada konten media sosial yang membutuhkan kecepatan pemahaman informasi (Hasian dkk, 2021).

Selain itu, penempatan logo dan watermark di bawah headline dirancang tetap terlihat tanpa mengganggu fokus utama pada visual berita sehingga identitas media tetap terjaga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa nama, logo, tagline, dan warna yang digunakan secara konsisten adalah salah satu strategi komunikasi visual yang efektif dalam membangun identitas unik di mata audiens (Alfin & Putri, 2026). Strategi tersebut menunjukkan bahwa desain visual pada reels tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga menyesuaikan dengan pengalaman pengguna (user experience) dalam mengakses informasi secara cepat melalui media sosial.

3.2 Optimalisasi Engagement melalui Strategi Desain Komunikasi Visual

Tahap verifikasi dilakukan dengan membandingkan hasil dekonstruksi visual terhadap data insight resmi akun Instagram @tribunbogor periode Januari–Mei 2026. Proses ini bertujuan untuk menilai efektivitas strategi desain grafis dalam meningkatkan engagement audiens pada masing-masing format konten Instagram. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap format memiliki pendekatan visual yang berbeda sesuai karakteristik penyampaian informasi dan perilaku konsumsi media audiens digital.

1) Respon Atensi pada Format Single Post



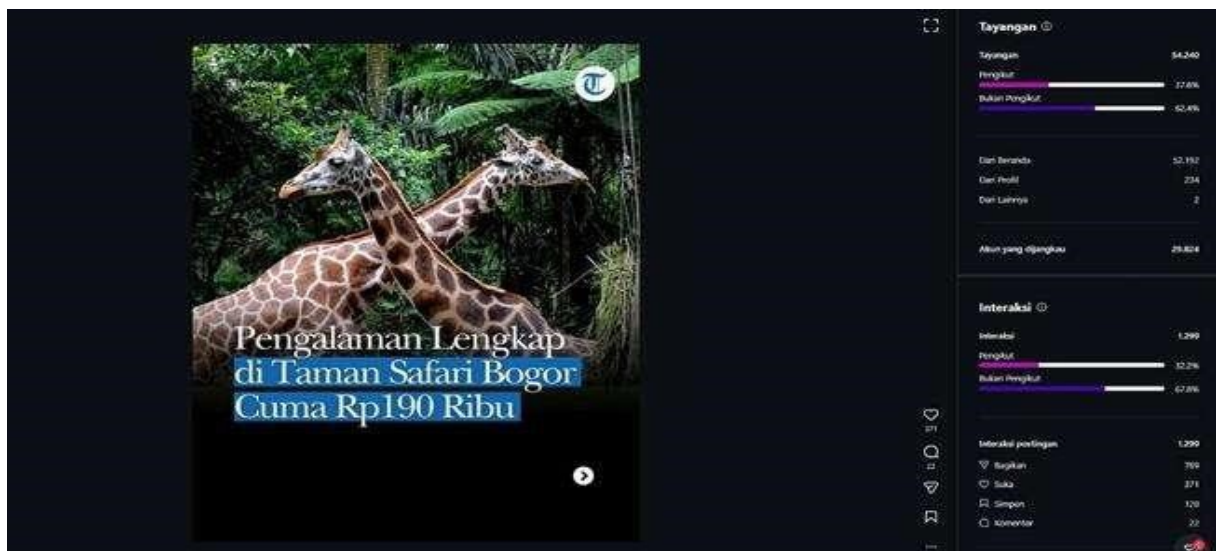
Gambar 5. Data Insight Konten Single Post Instagram @tribunbogor

(Sumber: Instagram Insight @tribunbogor, Mei 2026)

Strategi penggunaan headline dengan font ITC New Baskerville, tata letak rata kiri, serta kontras visual yang tinggi menunjukkan indikasi efektivitas dalam memicu respons cepat audiens pada konten *breaking news*. Penggunaan tipografi serif membantu membangun kesan profesional dan terpercaya sebagai identitas visual media berita, sementara posisi teks rata kiri mendukung pola baca alami audiens sehingga informasi utama dapat dipahami lebih cepat ketika pengguna melakukan aktivitas *scrolling*. Penggunaan *gradient overlay* hitam dan elemen rectangle berwarna biru di belakang teks juga memperkuat prinsip *emphasis* dan hierarki visual agar headline tetap menjadi pusat perhatian.

Data insight menunjukkan bahwa strategi visual tersebut mampu menghasilkan 627.412 akun jangkauan (*reach*) dalam waktu singkat (Gambar 5). Hasil ini menunjukkan bahwa keterbacaan instan dan penekanan visual memiliki pengaruh terhadap kemampuan konten dalam menarik atensi audiens di media sosial.

2) Optimalisasi Retensi pada Format Carousel



Gambar 6. Data Insight Konten Carousel Instagram @tribunbogor

(Sumber: Instagram Insight @tribunbogor, Mei 2026)

Format *carousel* berkontribusi tinggi terhadap aspek retensi informasi. Strategi penggunaan tipografi Serif pada slide pertama dan transisi menuju Sans Serif pada slide berikutnya membantu mempertahankan identitas visual sekaligus meningkatkan kenyamanan membaca pada blok informasi yang lebih panjang. Penggunaan font Montserrat sebagai tipografi utama isi konten dinilai mampu mengurangi kelelahan mata karena karakter huruf yang sederhana dan mudah dibaca pada media digital.

Konten yang disusun secara berurutan juga menunjukkan penerapan prinsip *sequence* dalam desain layout, di mana alur visual dirancang untuk mendorong audiens terus melakukan *swipe* hingga slide terakhir. Strategi tersebut menghasilkan 128 metrik *saves* yang menunjukkan bahwa audiens menganggap konten carousel sebagai informasi yang bernilai dan layak disimpan sebagai referensi (Gambar 6).

3) Perluasan Jangkauan melalui Presisi Visual Video



Gambar 7. Data Insight Konten Video Reels Instagram @tribunbogor
(Sumber: Instagram Insight @tribunbogor, Mei 2026)

Pada format video reels, implementasi safe zone, tata letak rata tengah (center aligned), serta penggunaan font Montserrat menunjukkan hubungan terhadap keterbacaan informasi pada media bergerak. Penempatan teks pada area aman membantu menghindari gangguan elemen antarmuka Instagram seperti tombol interaksi dan caption, sehingga informasi tetap dapat diterima secara utuh oleh audiens. Penggunaan tipografi Sans Serif juga mendukung kecepatan pemahaman informasi karena bentuk huruf yang sederhana lebih mudah dikenali dalam durasi singkat. Hal ini berkontribusi terhadap pengalaman visual yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat pada lingkungan media sosial yang dinamis.

Selain mempertimbangkan keterbacaan, desain visual pada reels juga menjaga konsistensi identitas media melalui penempatan logo dan *watermark* secara konsisten pada setiap konten. Strategi komunikasi visual tersebut menunjukkan bahwa desain reels tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga memperhatikan *user experience* dan kemudahan distribusi informasi pada media sosial. Data insight menunjukkan bahwa konten reels dengan strategi visual tersebut memperoleh 1.721 metrik *shares* (Gambar 7), yang menunjukkan bahwa audiens merasa nyaman untuk membagikan kembali informasi kepada pengguna lain.

3.3 Analisis Akumulatif Performa Akun Instagram @tribunbogor

Sebagai tahap verifikasi data akhir, peneliti melakukan analisis terhadap performa akumulatif akun Instagram @tribunbogor selama periode observasi Januari hingga Mei 2026 (Tabel 2). Implementasi strategi desain grafis yang sistematis terbukti memberikan dampak signifikan pada pertumbuhan metrik utama akun secara makro. Data *insight* mencatat lonjakan Content Interactions sebesar 88,9% dengan total interaksi mencapai 1,1 juta, serta peningkatan Reach sebesar 57,9% yang menyentuh angka 10,8 juta jangkauan.

Pertumbuhan ini juga selaras dengan peningkatan Views sebesar 72,2% (39,7 juta tayangan) dan Profile Visits yang naik 58% (112,9 ribu kunjungan). Angka-angka ini memverifikasi bahwa daya tarik visual dan kemudahan akses informasi melalui desain yang tepat berhasil mendorong audiens untuk berinteraksi lebih dalam dan mengeksplorasi identitas media @tribunbogor secara berkelanjutan. Sebagai hasil akhir, efektivitas strategi ini ditandai dengan pertumbuhan Follows sebesar 64,4%, di mana akun berhasil memperoleh 21,3 ribu pengikut baru dalam kurun waktu lima bulan.

Tabel 2. Analisis Data Performa Instagram @tribunbogor

No	Strategi Desain	Elemen Visual Dominan	Indikator Engagement	Hasil Performa	Interpretasi
1	Visual Emphasis	Tipografi Serif, kontras warna tinggi, headline dominan	Reach & Content Interactions	Interactions (↑ 88,9%)	Menunjukkan peningkatan atensi audiens
2	Retensi Informasi	Tipografi Sans Serif, tata letak berurutan (<i>sequence</i>)	Saves & Profile Visits	Profile Visits (↑ 58%)	Mendukung retensi informasi
3	Presisi Visual	Safe zone, tata letak rata tengah	Shares & Views	Views (↑ 72,2%)	Berkontribusi terhadap distribusi konten
4	Konsistensi Identitas Visual	Standarisasi template, logo, warna	Follows Growth	Followers (↑ 64,4%)	Memperkuat identitas visual akun

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

IV. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi desain komunikasi visual pada akun Instagram @tribunbogor terbukti memiliki peran penting dalam mengoptimalkan engagement audiens pada media berita digital. Setiap format konten seperti single post, carousel, dan video reels menunjukkan pendekatan visual yang berbeda sesuai karakteristik penyampaian informasi dan perilaku konsumsi media audiens. Pada format single post, penggunaan tipografi serif, tata letak rata kiri, kontras warna yang tinggi, serta penerapan hierarki visual melalui headline dominan terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens secara cepat pada konten breaking news. Sementara itu, format carousel lebih menekankan pada retensi informasi melalui penggunaan tipografi sans serif, sequence layout, dan struktur visual berurutan yang mendorong audiens melakukan swipe hingga slide terakhir. Pada format reels, penerapan safe zone, tata letak rata tengah, dan tipografi yang sederhana mendukung keterbacaan informasi pada media bergerak serta meningkatkan kenyamanan audiens dalam mengakses konten secara cepat.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa elemen-elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, tata letak, warna, kontras, dan hierarki visual tidak hanya berfungsi sebagai aspek estetika, tetapi juga berperan sebagai strategi komunikasi yang memengaruhi perilaku audiens di media sosial. Penggunaan visual emphasis mampu meningkatkan atensi dan jangkauan konten, sequence layout membantu mempertahankan durasi perhatian audiens, sedangkan konsistensi identitas visual melalui penggunaan logo, warna, dan template memperkuat citra akun @tribunbogor sebagai media berita digital yang informatif dan kredibel. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi digital pada platform Instagram sangat dipengaruhi oleh kemampuan desain visual dalam menyampaikan pesan secara cepat, jelas, dan menarik di tengah arus informasi media sosial yang kompetitif.

4.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen @tribunbogor dalam mengembangkan strategi desain komunikasi visual pada media sosial Instagram. Penggunaan elemen visual seperti tipografi, tata letak, hierarki visual, warna, dan safe zone terbukti memiliki pengaruh terhadap tingkat engagement audiens. Manajemen disarankan untuk mempertahankan konsistensi identitas visual akun melalui standarisasi template desain, penggunaan tipografi yang sesuai dengan karakteristik konten, serta penerapan hierarki visual yang mampu memperjelas fokus informasi utama agar pesan dapat diterima audiens secara lebih cepat dan efektif.

Evaluasi dan pengembangan strategi visual berdasarkan perilaku audiens serta data insight Instagram juga perlu dilakukan secara berkala agar performa konten tetap optimal. Pengembangan desain konten yang adaptif terhadap tren visual media sosial, khususnya pada format carousel dan video reels, dinilai penting untuk meningkatkan retensi informasi, jangkauan distribusi konten, serta interaksi audiens secara berkelanjutan. Optimalisasi desain komunikasi visual yang lebih strategis diharapkan mampu memperkuat daya saing @tribunbogor sebagai media berita digital lokal yang informatif, kredibel, dan relevan di tengah persaingan media sosial yang semakin kompetitif.

REFERENSI

- Alfin, I. N. L., & Putri, P. R. A. . (2026). LITERATURE REVIEW: STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEMBANGUN PERSEPSI AUDIENS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 7(1), 1–19. <https://doi.org/10.36085/j-sikom.v7i1.9497>
- Astuti, E. R. W (2021). ANALISIS PENERAPAN PRINSIP LAYOUT PADA VISUAL KONTEN INSTAGRAM PENERIMAAN MAHASISWA BARU INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS NAHDLATUL ULAMA PASURUAN TAHUN 2021. *Dimensi : Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Seni Desain Grafis*, 2(02), 126–135. <https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/dimensi/article/view/46>
- Barizki, R. N., & Apriani, Y. (2024). STRATEGI KONTEN KREATIF DOTEENS DALAM MENINGKATKAN AUDIENCE ENGAGEMENT MELALUI INSTAGRAM. *KOMUNIKATA57*, 5(1), 29–36. <https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1255>
- Emily, J., & Valentina, A. (2023). Desain grafis untuk meningkatkan tampilan Instagram feeds produk aksesoris motor brand H. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 195–204. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JSSH/article/view/28526>
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis elemen desain grafis dari visual konten Instagram *Indonesia Tanpa Pacaran* ditinjau dari teori retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(1), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Lester, P. M. (2014). *Visual communication: Images with messages* (7th ed.). Cengage Learning.
- Martin, M. (2026, January 12). 60+ social media statistics marketers need to know in 2026. Diakses dari <https://blog.hootsuite.com/social-media-statistics/>
- Nugraha, F. A. (2026). Tipografi dan branding dalam komunikasi visual. *Jurnal Seni dan Desain Kreatif*, 1(2), 61–68. <https://jurnal.pustakabangsaindonesia.com/index.php/jsdk/article/view/110>
- Rambe, S. A., Lestari, S. S., Siregar, S., Enjlina., Kardi, S., & Tambunan, M. T. (2025). Peran desain grafis dalam meningkatkan daya tarik konten media sosial. *Insight Journal*, 1(2), 82–90. <https://ejournal.ynam.or.id/index.php/kopiko/article/view/55>
- Satheno, G. C. I., & Frobenius, A. C. (2025). Analysis of user experience (UX) of serif and sans serif fonts in dark mode website display. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 5(8), 3306–3315. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i8.32363>
- Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis tipografi dan tata letak terhadap daya serap informasi dalam media cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 42–52. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3739>
- Utomo, N. A., Toruan, R. R. M. L., & Hamzah, R. E. (2025). SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION PADA INSTAGRAM @PEMKABBEKASI DALAM MENINGKATKAN PUBLIC ENGAGEMENT. *KOMUNIKATA57*, 6(1), 121–132. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1714>
- We Are Social. (2025). Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Zaxrie, S. 'Ainun, Rina, N., Thoibah, S., & Saleh, K. P. A. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEHUMASAN . *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 26–39. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR/article/view/8084>