

Analisis Penerapan Prinsip Desain Pada Feed Instagram Hicolleagues

Gibran Noah Elfrisdan^{1*}, Rosa Karnita²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional
Jl. PH.H Mustopa No. 23, Kota Bandung, Indonesia
*Gibran.noah@mhs.itenas.ac.id

Received 30 April 2025, Revised 22 Juli 2025, Accepted 21 September 2025

Abstract— *This study analyzes the application of graphic design principles on Hicolleagues Instagram account to build a strong brand identity. The research uses a qualitative approach to evaluate visual content based on design principles such as hierarchy, balance, emphasis, proportion, contrast, repetition, and unity. The results show that the content successfully creates attractive and cohesive visuals through modern sans-serif fonts, contrasting colors, symmetrical layouts, and repetition of visual elements. Supporting visuals, such as figure illustrations and unconventional elements, also help reinforce the conveyed message. The study concluded that consistent application of design principles can increase audience engagement and strengthen brand image. These findings provide practical guidance for IT service providers in utilizing social media for effective visual marketing.*

Keywords: *Graphic Design; Identity; Social Media; Instagram;*

Abstrak — Penelitian ini menganalisis penerapan prinsip desain grafis pada akun Instagram Hicolleagues untuk membangun identitas merek yang kuat. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian mengevaluasi konten visual berdasarkan prinsip desain seperti hierarki, keseimbangan, penekanan, proporsi, kontras, pengulangan, dan kesatuan. Hasil menunjukkan bahwa konten berhasil menciptakan visual yang menarik dan kohesif melalui elemen seperti font sans-serif modern, warna kontras, tata letak simetris, serta pengulangan elemen visual. Visual pendukung, seperti gambar figur dan elemen nyeleneh, juga memperkuat pesan yang disampaikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan prinsip desain yang konsisten dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat citra merek. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi penyedia jasa IT dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran visual yang efektif.

Kata Kunci: Desain Grafis; Identitas; Media Sosial; Instagram;

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi digital terlihat semakin maju dalam beberapa waktu terakhir, membuat penggunaan media sosial menjadi kebiasaan yang begitu terkenal di kalangan Masyarakat (Siregar & Rasyid, 2023). Adanya media sosial menjadi sarana yang mempermudah interaksi dan komunikasi dua arah, menjadikan penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat praktis (Utami et al., 2024).

Instagram, menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. (Nugroho et al., 2024) Berdasarkan laporan dari DataReportal, pengguna Instagram di Indonesia mencapai angka yang signifikan, yaitu 35,7% dari total populasi, dengan jumlah pengguna mencapai 99,15 juta orang. Berdasarkan data tersebut, masyarakat mulai memanfaatkan media sosial ini sebagai media pemasaran sebuah *brand*, mulai dari produk hingga jasa. Tak hanya itu, Instagram juga digunakan oleh para konten kreator, sastrawan, bahkan seniman untuk mengekspresikan karya-karya mereka (Arifah & Anggapuspa, 2023).

Banyak penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya elemen visual dalam menarik perhatian dan meningkatkan *engagement* di Instagram. meneliti perancangan konten *feed*

Instagram Brandup Studio dan menunjukkan bahwa konsistensi visual mampu meningkatkan *brand awareness*. (Widi, 2024) Penelitian lain juga menjelaskan bahwa elemen visual yang tepat dapat memengaruhi *engagement* audiens. (Arifah & Anggapuspa, 2023) pada akun @kpudiy menemukan bahwa penerapan prinsip desain komunikasi visual seperti hirarki, keseimbangan, dan kesatuan sangat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan di media sosial. (Syaputra & Mahendra, 2023)

Namun, sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak yang membahas dan focus terhadap akun lembaga pemerintah, *brand*, dan Lembaga sosial, dan jarang sekali yang membahas secara khusus penerapan prinsip desain grafis pada akun Instagram *brand* IT, terutama yang berfokus pada peningkatan keterampilan dan skill digital masyarakat. Di sinilah letak kekosongan riset (research gap) yang coba dijawab dalam penelitian ini, yakni menganalisis bagaimana prinsip-prinsip desain grafis diterapkan dalam membangun identitas *brand* pada akun Instagram Hicolleagues, sebuah penyedia jasa IT service dan konsultasi digital.

Hicolleagues, menjadi salah satu *brand* penyedia jasa IT Service dan konsultasi untuk Perusahaan maupun perorangan yang memanfaatkan Instagram menjadi media pemasaran. Saat ini, followersnya mencapai hingga 4,716 orang. Akun Instagram Hicolleagues menghadirkan konten yang menawarkan berbagai pelatihan dan sertifikasi yang dapat diikuti oleh seluruh kalangan masyarakat untuk membantu meningkatkan skill sehingga siap bersaing dalam dunia kerja (HiColleagues, n.d.).

Pemanfaatan media sosial Instagram dapat menjadi sarana yang efektif bagi Hicolleagues untuk membangun citra *brand* yang kuat (Aprilia & Abror Djuraid, 2023). Diawali dengan komunikasi yang aktif seputar pemasaran produk dengan pengguna, hingga yang tak kalah penting yaitu menciptakan konten feed Instagram dengan visual yang konsisten dan menarik untuk mencerminkan nilai-nilai *brand* mereka. Maka dari itu, penting untuk menerapkan prinsip desain grafis untuk mencapai hal tersebut (Tjahyadi & Antonio, 2023).

Desain grafis adalah seni dan praktik dalam menciptakan konten visual yang mengkomunikasikan pesan atau ide tertentu lewat elemen-elemen seperti gambar, teks, dan warna (Kasrul et al., 2024). Desain grafis memiliki prinsip diantaranya hirarki (*Hierarchy*) yaitu prinsip yang mengatur tata letak berbagai ukuran dan elemen dalam desain guna mengarahkan alur baca dan pemahaman audiens serta menunjukkan tingkat kepentingan dari tiap elemen. Keseimbangan (*Balance*) merupakan distribusi visual elemen desain yang menciptakan kesan stabil antara sisi kanan dan kiri meskipun ini tidak dapat diukur secara pasti namun dapat dirasakan secara subjektif.

Penekanan (*Emphasis*) berguna untuk menciptakan dominasi dan fokus kerja, hal ini dapat dilakukan dengan memberi tekanan pada warna, nilai, bentuk, atau elemen seni lainnya untuk mencapai tujuan dari suatu desain, Proporsi (*Proportion*) adalah perbandingan antara elemen-elemen pada desain atau bagian dengan keseluruhan. Kontras (*Contrast*) digunakan untuk menonjolkan perbedaan yang terdapat pada antar elemen agar informasi penting lebih mudah dipahami, Pengulangan (*Repetition*) adalah prinsip desain yang berkaitan dengan irama, irama akan mengatur pengulangan dan pengulangan memperkuat keseluruhan desain untuk tampil konsisten dan kokoh.

Kesatuan (*Unity*) mencakup kohesi, konsistensi, ketunggalan, serta keutuhan, menjadi inti dari suatu komposisi. Prinsip ini menggabungkan elemen-elemen yang gunanya untuk menciptakan tema yang kuat dan hubungan yang kokoh (Sudarta, 2022).

Dengan menerapkan prinsip-prinsip desain grafis, Hicolleagues dapat membuat konten Instagram yang tidak hanya indah, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan

membedakan diri dari kompetitor di industri jasa IT. Visual yang menarik akan membuat calon pelanggan lebih mudah mengingat dan tertarik dengan layanan yang ditawarkan (Faiqotul Himma, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip desain grafis pada akun Instagram *Hicolleagues* sekaligus memahami bagaimana elemen-elemen seperti hirarki, keseimbangan, penekanan, kontras, pengulangan, hingga kesatuan dalam desain tersebut dapat berkontribusi pada pembentukan identitas *brand*.

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan prinsip-prinsip desain grafis pada konten Instagram *Hicolleagues*. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen visual seperti hirarki, keseimbangan, penekanan, proporsi, kontras dan lainnya yang diterapkan dalam konten visual, dan bagaimana hal tersebut mempresentasikan merek, dengan pendekatan kualitatif, peneliti berupaya memberikan Gambaran yang jelas mengenai kasus yang sedang diteliti.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (Non Partisipan)

Observasi non partisipan adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek tanpa ikut berpartisipasi langsung di dalamnya (Yusuf Abdhul, 2022). Peneliti akan menganalisis seperti apa penerapan prinsip desain mulai dari hirarki (*Hierarchy*), Keseimbangan (*Balance*), Penekanan (*Emphasis*), Proporsi (*Proportion*), Kontras (*Contrast*), Pengulangan (*Repetition*), hingga Kesatuan (*Unity*) yang digunakan dalam setiap konten Instagram *Hicolleagues*.

b. Analisis Dokumen

Analisis dokumen merupakan proses meneliti, memeriksa, dan menginterpretasikan suatu dokumen tertulis maupun elektronik untuk menggali informasi penting (Definisi, 2024).

Peneliti akan menganalisis data berupa konten feed yang diunggah pada akun Instagram *Hicolleagues*, dengan fokus pada prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Peneliti mengumpulkan data dengan cara memotret layar dari postingan di akun Instagram *Hicolleagues* yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian, penelitian ini menganalisis sekitar 4 postingan yang dipilih sesuai dengan kelengkapan elemen desainnya, kurun waktu dalam pengambilan data ini antara bulan September hingga Desember, yang Dimana unggahannya merupakan konten orisinal yang menampilkan identitas visual *hicolleagues* secara konsisten dan mengandung elemen visual yang dianalisis secara jelas, maka dari itu pemilihan sampel yang relevan dan jelas, proses analisis ini diharapkan dapat memberikan Gambaran tentang prinsip desain grafis yang diterapkan ke *brand* melalui media sosial.

2.3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari observasi dan analisis dokumen selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis konten. Analisis konten adalah teknik sistematis dan objektif untuk mengidentifikasi karakter pesan yang ingin disampaikan. Proses ini melibatkan pemilihan sampel yang relevan, dan pengembangan tema sesuai tujuan penelitian (Syaputra & Mahendra, 2023).

Dalam kasus ini, peneliti akan menggunakan kumpulan data yang diperoleh kemudian dianalisis lalu menghubungkannya pada prinsip-prinsip desain grafis untuk memahami sejauh mana elemen-elemen tersebut digunakan secara efektif dalam memperkuat identitas *brand* dan menciptakan hubungan erat dengan audiens.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi terhadap akun Instagram Hicolleagues, ditemukan bahwa prinsip desain grafis seperti hierarki, keseimbangan, penekanan, proporsi, kontras, pengulangan, dan kesatuan diterapkan dengan variasi kualitas. Berikut adalah temuan utama:

3.1. Hirarki (*Hierarchy*)

Sebagian besar konten pada akun Instagram Hicolleagues menampilkan hirarki visual yang baik, dengan teks utama yang menonjol dibandingkan elemen lain. Penggunaan ukuran font yang besar untuk headline efektif menarik perhatian.



Gambar 1. Postingan Feed Instagram Hicolleagues

Gambar 1 Menampilkan Desain feed yang digunakan oleh hicolleagues ini menggunakan hirarki yang baik dan benar, untuk hirarki sendiri yaitu urutan visual yang mengarahkan perhatian audiens, yang dimulai dari elemen yang paling penting hingga yang bersifat pelengkap. dengan menggunakan font poppins yang mana font tersebut berbentuk sans-serif yang memiliki tampilan bersih dan modern yang cocok untuk digunakan sebagai font dalam pembuatan feed, ukuran font 90 di bagian headline yang bisa menjadi fokus utama terhadap audiens. Ketika melihatnya pertama kali dan juga bisa memperjelas tentang apa pembahasan yang ada di feed, dengan adanya tambahan penekanan yang berupa warna kuning dan block berwarna hitam yang bisa menjelaskan jika ada suatu hal yang penting dan menjadi highlight disana, hirarki dari jarak yang digunakan dalam headline ini pun sudah memudahkan para pembaca karena jarak antar satu kalimat dan kalimat lainnya tidak terlalu berdekatan sehingga keterbacaan informasi dan highlightnya jelas.

Sama seperti design feed yang lainnya, headline berada di posisi kiri karena audiens sudah terbiasa dengan pembacaan teks dimulai dari posisi kiri terlebih dahulu, dan juga posisi gambar berada di kanan bawah juga menjelaskan agar pembacaan urutan pertama ialah teks, dan turun kekanan untuk melihat gambar.

3.2. Keseimbangan (*Balance*)

Postingan pada akun Instagram Hicolleagues pada gambar 2 menunjukkan penerapan keseimbangan visual yang baik, terlihat dari tata letak konten yang seimbangan dan simetris, menciptakan rasa harmoni visual. Namun, beberapa unggahan cenderung terlihat terlalu "padat" pada sisi tertentu.



Gambar 2. Postingan Feed Instagram Hicolleagues

Gambar 2 Menampilkan keseimbangan yang diberikan dalam desain feed Instagram ini sudah terlihat, dengan peletakan antara font dan juga image gambar yang tidak hanya ada di satu sisi kiri atau kanan saja tetapi sudah diseimbangkan dengan font headline yang besar di bagian kiri agar merujuk pada hirarki para audiens, dan image yang diletakkan di bagian kanan agar mengatur hirarki baca dan membuat keseimbangan agar tidak terasa full dan kosong di bagian sisi lainnya dan tidak menghasilkan design yang terkesan padat, selain dua objek dan font tersebut dalam design feed ini adalah white space yang digunakan agar para audiens tidak terlalu berat Ketika membaca dan melihat feed Instagram ini.

Adapun logo hicolleagues di pojok kiri atas yang dibuat berukuran kecil agar tidak mengganggu alur baca dan keterbacaan terhadap headline yang digunakan sebagai *watermark* yang menjadi identitas milik perusahaan, slogan dan link website hicolleagues pun terdapat di bawah kiri dengan ukuran kecil agar mengisi white space agar tidak terlalu terlihat polos.

3.3. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan pada postingan feed Instagram Hicolleagues yang terdapat pada gambar 3 terlihat memiliki warna cerah seperti oranye dan biru digunakan untuk menonjolkan elemen penting, seperti tombol "*Call-to-Action*" dan informasi promosi. Namun, terdapat inkonsistensi pada beberapa konten.



Gambar 3. Postingan Feed Instagram Hicolleagues

Gambar 3 Menampilkan postingan feed Instagram Hicollagues memiliki penambahan kontras warna kuning dalam headline membuatnya menjadi sebuah kata yang penting dan menonjol dalam informasi yang akan disampaikan pada feed tersebut, dengan itu audiens akan mudah mengingat dan memahami informasi mana yang jadi fokus utama, adapun block berwarna hitam yang digunakan dalam kalimat “auto jadi kesayangan bos” adalah penekanan ungkapan yang akan meyakinkan para audiens jika membaca dan mempelajari informasi yang diberikan maka akan memiliki dampak yang baik dalam kehidupan kerja selanjutnya karena akan merasa terbantu.

Adanya image di sana yang berupa gambar superhero “flash” digunakan untuk menguatkan penekanan dari kontras warna yang terdapat pada headline yaitu “satset” sehingga membuat adanya pendukung tambahan yang makin memberikan kebenaran dalam informasi yang ada di feed tersebut.

3.4. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi pada unggahan ini juga menunjukkan penerapan proporsi elemen desain yang baik sehingga proporsional membuat konten pada gambar 4 terlihat mudah dipahami dalam sekali pandang.



Gambar 4. Postingan Feed Instagram Hicollagues

Gambar 4 menampilkan elemen grafis seperti ikon dan gambar yang ditempatkan secara proporsional. Proporsi menjadi aspek penting dalam menciptakan keharmonisan dan keseimbangan desain. Fokus utama terdapat pada headline yang ditampilkan dengan ukuran mencolok, diperkuat oleh foto mentor yang memperkuat kesan kredibel terhadap pernyataan yang disampaikan. Gambar mentor ditempatkan di bagian atas agar menarik perhatian pembaca, namun tidak mengalahkan dominasi headline. Penempatan elemen visual juga terasa seimbang dan tidak berat sebelah. Gambar latar tidak mengganggu keterbacaan karena bagian belakang headline menggunakan gradien dari foto ke warna biru, menjadikan headline tetap terbaca jelas dan menonjol sebagai poin utama.

3.5. Kontras (*Contrast*)

Penggunaan kontras pada *postingan* Instagram Hicollagues pada gambar 5 memiliki warna yang cukup efektif dalam meningkatkan keterbacaan. Namun, ada beberapa unggahan dengan kontras rendah yang kurang menarik perhatian.



Gambar 5. Postingan Feed Instagram Hicollagues

Gambar 5 menampilkan penggunaan warna kuning sebagai *highlight* pada *headline* yang efektif menciptakan kontras visual dan penekanan makna. Warna kuning dipilih untuk menarik perhatian audiens dan mengisyaratkan bahwa informasi yang disampaikan bernilai dan layak disimak. Foto mentor yang ditempatkan di bagian atas turut memberikan kontras yang memperkuat persepsi positif dan kepercayaan terhadap konten yang disampaikan. Gradien yang digunakan berfungsi sebagai elemen pembeda antara gambar dan teks, menjaga keterbacaan headline. Tanpa gradien tersebut, headline berisiko tenggelam dalam latar belakang gambar, yang akan menurunkan kontras visual dan mengganggu harmoni keseluruhan desain.

Tulisan slogan dan *website link* yang terdapat di bawah kiri menggunakan kontras rendah yang hanya Hicollagues itu sendiri. Pengulangan (*Repetition*) adalah prinsip desain yang berkaitan dengan irama (*Rhythm*), irama akan mengatur pengulangan dan pengulangan memperkuat keseluruhan desain untuk tampil konsisten dan kokoh (Birama, 2017).

3.6. Pengulangan (*Repetition*)

Pengulangan elemen desain dalam unggahan Instagram Hicollagues pada gambar 6 seperti warna dan font berhasil menciptakan identitas visual yang konsisten.



Gambar 6. Postingan Feed Instagram Hicollagues

Gambar 6 menunjukkan dua *feed* dengan konsistensi visual yang kuat. Elemen desain seperti latar belakang biru tua, jenis huruf Poppins berwarna putih untuk *headline*, dan warna kuning sebagai *highlight* memberikan identitas khas bagi Hicolleagues. Pemakaian warna kuning ini secara strategis menarik perhatian pada poin penting.

Pengulangan gaya visual berfungsi sebagai penguat *branding*. *Feed* ini juga menggunakan ilustrasi nyeleneh untuk memperkuat pesan. Pada kalimat “15 tools sakti yang sengaja”, ilustrasi kucing yang sedang meracik ramuan memperjelas kata “sakti” dengan cara yang jenaka. Sementara itu, pada *headline* “satset”, gambar *flash* atau kilat digunakan sebagai simbol kecepatan yang mendukung pesan secara visual dan semantik. Keseluruhan komposisi memperlihatkan keseimbangan antara konsistensi identitas visual, pemilihan elemen kontras, dan narasi kreatif yang saling mendukung.

3.7. Kesatuan (*Unity*)

Gambar 7 menampilkan kesatuan visual yang kuat dalam *feed* Instagram Hicolleagues. Elemen-elemen desain seperti *headline*, foto, dan latar belakang saling melengkapi untuk memperkuat pesan utama. *Headline* berupa testimoni mahasiswa disandingkan dengan foto tokoh Winston Xu, sehingga menimbulkan kesan kredibel dan meyakinkan. Pencantuman identitas sebagai mahasiswa usia 20-an membuatnya terasa relevan dengan audiens target.



Gambar 7. Postingan Feed Instagram Hicolleagues

Identitas Winston Xu juga diperkuat melalui keterangan bahwa ia merupakan alumni *batch* pertama kelas Data Science. Ini memperjelas bahwa ia memang pernah mengikuti kelas tersebut dan merasakan manfaatnya. Penggunaan latar belakang bertema teknologi turut memperkuat nuansa konten edukatif. Keseluruhan elemen visual tersebut bekerja harmonis untuk menyampaikan narasi yang solid dan terpercaya.

KESIMPULAN

Akun instagram hicolleague ini berhasil menerapkan prinsip prinsip desain grafis yang sudah diterapkan dalam pembuatan *feed* instagram mereka di setiap postingannya dan sebagian besar kontennya sehingga ini membuat kesan yang baik, memberikan kesan kohesif dan juga dapat menarik perhatian untuk audiens yang membaca dan akan mengikuti kelas yang di buka hal ini tercermin dari *respon* positif yang diberikan audiens, seperti jumlah *likes*, dan adanya komentar yang memberikan *respon* baik terhadap kelas yang dibuka dan ditawarkan, dan juga adanya beberapa *postingan* yang mendapatkan *engagement* yang cukup aktif, hal lainnya yaitu akun HiColleagues tidak lupa dalam penerapan prinsip desain ini pun berguna untuk memperkuat identitas *brand* dari HiColleagues itu sendiri.

Dengan menggunakan elemen-elemen desain yang mendukung seperti font menggunakan Poppins modern, menggunakan kontras warna pada headline dan tata letak yang seimbang akan menghasilkan komponen yang sangat penting dan menarik untuk audiens, dengan adanya tambahan *visual image* yang tidak biasa di beberapa *feed* dan adanya penambahan figur memberikan nilai tambah yang mendukung pesan yang ingin disampaikan.

Menggunakan warna yang konsisten berupa biru, kuning dan putih, serta adanya logo watermark HiColleagues di pojok kiri atas serta *link website* dan slogan yang ada di bawah kiri sangat mendukung citra dan terciptanya identitas *brand* yang akan dikenal kuat nantinya, yang berfungsi kepada audiens yang tertarik terhadap sebuah hal yang berhubungan dengan penyedia jasa IT yang profesional dan berorientasi dalam pengembangan keterampilan.

Pembahasan ini diharapkan bisa menjadi langkah yang baik sebagai media promosi dan pengenalan terhadap media sosial HiColleagues dan agar para audiens mengetahui perusahaan IT HiColleagues ini, dari segi ketersediaan kerjanya, *jobdesk* yang dibutuhkan dan kelas-kelas program apa yang tersedia dan bisa diikuti oleh *audience* yang mana bisa *audience* lihat di sosial media *feed* Instagram HiColleagues.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, I., & Abror Djuraid, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Media Promosi @aerostreet. *Journal Communication Specialist*, 2(2), 237–263.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Birama, N. (2017). *Redesain Logo Wapand Resto Eduentainment Sebagai Corporate Identity Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. 1–60.
- Faiqotul Himma. (2024). *Konten Visual adalah _ Definisi, Manfaat, dan Cara Membuatnya - Digitaloka*. <https://digitaloka.com/konten-visual-adalah/>
- HiColleagues. (n.d.). *HiColleagues _ Ciptakan Masa Depan menjadi Digital Talent Profesional*. <https://www.hicolleagues.com/about>
- Kasrul, A., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Ar-raniry, U. I. N., & Aceh, B. (2024). *Desain Komunikasi Visual Suloh Bugeh*. 13.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>
- Siregar, A., & Rasyid, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 728–739. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.4853>
- Sudarta. (2022). *Perancangan Timeline dan Konten Media Sosial Katering Sehat Rumash Sakit Semen Gresik*. 16(1), 1–23.
- Syaputra, A. A., & Mahendra, A. I. (2023). Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual Pada

- Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564–1582. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1076>
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>
- Utami, A., Fadlan, M., & Alya Disti, P. (2024). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Dalam Bisnis Online. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 12. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Widi. (2024). *Perancangan Konten Feed Instagram Brandup Studio Untuk Meningkatkan Brand Awareness*.