Gandiwa
Jurnal Komunikasi

GANDIWA: Jurnal Komunikasi
e-ISSN:2798-5180
ISSN Print: 2798-5970
Vol. 06 No. 01, Juni 2026
Hal. 1-12

PERAN DESAIN VISUAL FEEDS INSTAGRAM @PUSBANGMITIGASI DALAM MEMBANGUN BRANDING DIGITAL INSTANSI PEMERINTAH

Syifa Fauziah [1)], Alfi Rahmawati [2)], Fikry Fachrurrizal [3)].

[1,2,3]Program Studi Komunikasi Digital dan Media, sekolah Vokasi, IPB University.

Jl. Kumbang, Kec. Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

Email: 41syifauziah4105@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial mendorong instansi pemerintah untuk membangun *branding* digital yang kuat melalui komunikasi visual yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain visual *feeds* Instagram @pusbangmitigasi dalam membangun *branding* digital instansi pemerintah. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi terhadap unggahan *feeds* Instagram, wawancara dengan pengelola media sosial dan ahli desain grafis, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi penggunaan warna hijau sebagai identitas visual utama mampu memperkuat pengenalan instansi. Selain itu, variasi tipografi dan tata letak memberikan fleksibilitas dalam penyampaian pesan tanpa menghilangkan kesatuan visual, sehingga mendukung pembentukan citra profesional dan meningkatkan kedekatan dengan audiens.

Kata Kunci: Desain visual, Instagram, *Branding* digital, Instansi pemerintah, Media sosial.

Abstract

The rapid development of social media has encouraged government institutions to establish strong digital branding through effective visual communication. This study aimed to analyze the role of Instagram feed visual design of @pusbangmitigasi in building the digital branding of a government institution. A qualitative method with a descriptive approach was employed through observation of Instagram feed posts, interviews with a social media administrator and a graphic design expert, and documentation. The findings indicated that the consistent use of green as the primary visual identity strengthened institutional recognition. In addition, variations in typography and layout provided flexibility in message delivery while maintaining visual unity, thereby supporting the formation of a professional image and enhancing audience engagement.

Keywords: *Visual design, Instagram, Digital branding, Government institution, Social media.*

Correspondence author: *Syifa Fauziah, 41syifauziah4105@apps.ipb.ac.id, Bogor, and Indonesia*

This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan maupun instansi saat ini secara tidak langsung dituntut untuk membangun *branding*-nya sendiri di media sosial (Karouw et al., 2024). Hal ini terjadi karena media sosial telah menjadi ruang pertama yang dituju masyarakat ketika ingin mengenal atau mencari informasi mengenai suatu perusahaan maupun instansi. Media sosial hadir sebagai

bagian dari perkembangan zaman yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari, bahkan menjadi media yang menemani berbagai aktivitas manusia dalam berkomunikasi dan menerima informasi. Kondisi ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai representasi awal dari citra sebuah instansi di mata publik.

Kemajuan teknologi digital telah mendorong meningkatnya peran media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi utama (Hafizd et al., 2023). Jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa mengandalkan *platform* digital untuk mencari informasi. Hingga akhir tahun 2025, tercatat sebanyak 180 juta pengguna media sosial di Indonesia dengan rata-rata penggunaan lebih dari 20 jam per hari menurut We Are Social (2025). Angka tersebut memperlihatkan bahwa media sosial bukan lagi sekadar pelengkap, tetapi sudah menjadi bagian dari rutinitas masyarakat modern.

Kondisi tersebut mendorong berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah, untuk menyesuaikan cara berkomunikasi dengan publik (Fatony, *et al*., 2025). Media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membentuk kesan dan identitas instansi di ranah digital. Cara sebuah instansi menampilkan dirinya di media sosial akan memengaruhi bagaimana masyarakat memandang profesionalitas, kredibilitas, serta karakter instansi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga dengan cara penyajian dan tampilan visualnya.

Instagram sebagai *platform* berbasis visual membuat tampilan *feeds* menjadi salah satu unsur yang paling mudah diamati oleh audiens. *Feeds* yang tersusun dalam bentuk grid membuat setiap unggahan tidak hanya berdiri sendiri, tetapi menjadi bagian dari gambaran keseluruhan sebuah akun. Konsistensi warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak yang digunakan secara berulang dapat menciptakan pengalaman visual yang konsisten bagi audiens (Putri & Ardiansah, 2024).

Desain visual dalam media digital dapat dipahami sebagai cara menyusun tampilan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih mudah oleh audiens. Tidak hanya berkaitan dengan keindahan, desain visual juga berhubungan dengan kejelasan informasi serta pembentukan kesan tertentu. Pengguna media sosial cenderung mengkonsumsi banyak konten dalam waktu singkat, sehingga desain perlu disusun secara sederhana namun tetap memiliki ciri khas yang dapat dikenali (Anugrafianto, 2025).

Penelitian ini menggunakan prinsip desain visual dari Lauer & Pentak (2020) sebagai acuan untuk melihat bagaimana tampilan *feeds* Instagram disusun secara visual. Teori ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian yang membahas pengolahan elemen visual dalam media digital. Lauer dan Pentak menjelaskan bahwa sebuah desain tidak hanya dinilai dari tampilannya saja, tetapi dari bagaimana elemen-elemen di dalamnya saling terhubung dan membentuk susunan yang terarah. Prinsip seperti kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasis*), irama (rhythm), dan proporsi (proportion) menjadi dasar untuk melihat bagaimana pola visual dalam *feeds* Instagram disusun, terutama dalam hal konsistensi tampilan dan kejelasan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh instansi pemerintah cenderung difokuskan pada penyampaian informasi dan pengelolaan komunikasi publik. Penelitian yang dilakukan oleh Bainuri & Bachtiar (2025) menemukan bahwa desain visual pada konten Instagram mampu membantu memperjelas pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Penelitian lain oleh Fauziah & Aulia (2024) juga menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang efektif dalam membangun visual *branding* instansi pemerintah. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada strategi komunikasi secara umum dan belum banyak membahas bagaimana desain visual *feeds* berperan sebagai bagian dari *branding* digital instansi.

Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Mogi & Setyaning (2025) serta Saragi dan El Fikri (2025) menunjukkan bahwa desain visual dan identitas merek di Instagram berpengaruh terhadap peningkatan brand awareness. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih banyak dilakukan dalam konteks bisnis dan pemasaran, sehingga belum membahas secara khusus peran desain visual *feeds* dalam membangun *branding* digital instansi pemerintah. Hal ini menunjukkan

adanya ruang yang masih bisa dikaji lebih jauh, khususnya terkait tampilan visual yang muncul secara berulang di *feeds* Instagram.

Seiring perkembangan teknologi digital, instansi pemerintah memandang *branding* bukan sekadar membangun citra, tetapi juga berkaitan dengan kepercayaan publik. Penelitian ini juga menggunakan konsep *branding* dari Kotler & Keller (2009) untuk memahami bagaimana tampilan visual dapat mempengaruhi cara audiens melihat suatu instansi. Konsep ini digunakan karena *branding* tidak hanya soal identitas yang ingin ditampilkan, tetapi juga tentang bagaimana audiens mengenali, mengingat, dan memberi kesan terhadap suatu akun. Melalui tampilan visual yang muncul secara berulang, audiens akan membentuk persepsi tertentu yang berkaitan dengan citra (*brand image*), kesadaran (*brand awareness*), kepercayaan (*trust*), serta keunikan (*differentiation*).

Desain visual *feeds* Instagram pada instansi pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai sarana membangun persepsi profesional dan kredibel. Tampilan visual yang tertata dengan baik dapat membantu instansi menyampaikan pesan secara lebih jelas sekaligus memperkuat citra di tengah arus informasi yang padat di media sosial (Ahmad et al., 2022). Oleh karena itu, desain visual dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi digital yang memiliki peran penting dalam membangun *branding* instansi.

Pusat Pengembangan Mitigasi dan Adaptasi Bencana Hidrometeorologi Kehutanan Kementerian Kehutanan melalui akun Instagram @pusbangmitigasi memanfaatkan desain *feeds* sebagai salah satu media komunikasi visual kepada publik.

Berbagai konten yang ditampilkan menunjukkan adanya upaya dalam menjaga keseragaman dan konsistensi desain sebagai bagian dari *branding* instansi. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana desain visual *feeds* Instagram tersebut berperan dalam membangun *branding* digital instansi pemerintah di media sosial.

Melihat bagaimana perkembangan tren visual di media sosial juga membuat audiens semakin selektif dalam memperhatikan tampilan sebuah akun. Tidak sedikit pengguna yang menilai kualitas suatu instansi dari bagaimana konten visualnya disusun. Tampilan *feeds* yang memiliki pola warna, tata letak, serta gaya desain yang seragam cenderung memberikan kesan lebih terstruktur dan profesional (Amirullah & Aesthetika, 2024). Sebaliknya, desain yang tidak konsisten dapat membuat identitas akun terlihat kurang jelas dan sulit dikenali.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana desain visual *feeds* Instagram @pusbangmitigasi berperan dalam membangun *branding* digital instansi pemerintah. Permasalahan yang dikaji meliputi: (1) bagaimana proses perancangan desain visual *feeds* Instagram dalam mendukung *branding* digital instansi; dan (2) bagaimana penerapan desain visual *feeds* tersebut dalam membangun identitas dan citra instansi di media sosial. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses perancangan desain visual *feeds* Instagram serta menganalisis penerapannya dalam mendukung *branding* digital instansi pemerintah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dengan menekankan pada makna, proses, serta konteks yang terjadi di lapangan (Abdussamad & Sik, 2021). Pendekatan ini tidak berfokus pada pengukuran angka, melainkan pada bagaimana suatu fenomena dapat dijelaskan melalui interpretasi data yang diperoleh. Sementara itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi yang terjadi berdasarkan fakta di lapangan, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti (Ramdhan, 2021). Penggunaan metode ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin melihat serta memahami proses perancangan dan penerapan desain visual *feeds* Instagram dalam membangun *branding* digital instansi pemerintah.

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram resmi @pusbangmitigasi yang dikelola oleh Pusat Pengembangan Mitigasi dan Adaptasi Bencana Hidrometeorologi Kehutanan di bawah Kementerian Kehutanan. Instansi ini memiliki peran dalam pengembangan serta pengelolaan mitigasi dan adaptasi bencana, khususnya yang berkaitan dengan bencana hidrometeorologi di

sektor kehutanan. Pusbang Mitigasi memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi digital untuk menyampaikan informasi, edukasi, serta berbagai kegiatan yang berkaitan dengan mitigasi bencana kepada masyarakat.

Fokus penelitian ini mencakup dua aspek utama, yaitu proses perancangan desain visual *feeds* Instagram serta penerapan elemen desain visual dalam membangun *branding* digital instansi. Objek penelitian difokuskan pada tampilan visual *feeds* Instagram yang meliputi elemen desain seperti warna, tipografi, tata letak (*layout*), ilustrasi, serta konsistensi visual antar unggahan. Fokus ini dipilih karena elemen visual merupakan bagian yang paling terlihat oleh audiens dan memiliki peran langsung dalam membentuk kesan terhadap suatu akun di media sosial.

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi terhadap tampilan visual *feeds* Instagram, wawancara dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian, serta dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari konten yang diunggah. Wawancara dilakukan dengan dua informan, yaitu Faisal selaku pihak internal yang terlibat dalam pengelolaan media sosial Pusbang Mitigasi dan Kak Bayu sebagai praktisi sekaligus ahli di bidang desain grafis. Wawancara dengan Bapak Faisal dilakukan pada tanggal 17 April 2026 di kantor Pusbang Mitigasi, sedangkan wawancara dengan Kak Bayu dilakukan pada tanggal 18 April 2026 di IPB University. Kedua informan dipilih untuk memperoleh sudut pandang yang lebih beragam, baik dari sisi praktis dalam pengelolaan media sosial instansi maupun dari sisi keilmuan desain visual. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku, artikel, serta referensi lain yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, komunikasi digital, media sosial, dan *branding.*

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung tampilan dan pola visual pada *feeds* Instagram untuk melihat penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, tata letak, serta konsistensi visual antar unggahan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi terkait proses perancangan desain visual, pertimbangan dalam pembuatan konten, serta tujuan penggunaan desain dalam mendukung komunikasi dan *branding* instansi. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan keterlibatan serta pemahaman mereka terhadap objek penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan seluruh postingan *feeds* Instagram sebagai bahan analisis visual.

Sumber data penelitian diperoleh dari postingan *feeds* Instagram @pusbangmitigasi selama periode kegiatan magang yang berlangsung pada 28 Januari hingga April 2026. Unggahan yang dianalisis dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan fokus penelitian, yaitu konten yang menampilkan pengolahan desain visual pada *feeds* Instagram. Penggunaan beberapa unggahan dalam periode tersebut dilakukan agar analisis tidak hanya berfokus pada satu jenis konten, tetapi mampu menggambarkan pola visual yang muncul secara keseluruhan, baik dari segi warna, tipografi, tata letak, maupun gaya visual yang digunakan dalam setiap unggahan. Dengan demikian, hasil analisis dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai penerapan desain visual dalam mendukung *branding* digital instansi pemerintah.

Desain visual *feeds* Instagram dalam penelitian ini dipahami sebagai susunan elemen visual yang ditampilkan pada unggahan Instagram, seperti warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, serta elemen pendukung lainnya yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Pada media sosial Instagram, tampilan visual tidak hanya berfungsi sebagai pemanis konten, tetapi juga berperan dalam membentuk identitas visual dan menciptakan kesan tertentu terhadap suatu akun. Oleh karena itu, pengolahan elemen visual pada *feeds* Instagram menjadi bagian penting dalam mendukung proses komunikasi dan *branding* digital setiap instansi.

Berdasarkan pemahaman tersebut, data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dengan melihat bagaimana elemen-elemen visual diterapkan pada *feeds* Instagram @pusbangmitigasi. Analisis difokuskan pada penggunaan warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, serta konsistensi visual antar unggahan dalam mendukung penyampaian informasi dan pembentukan *branding* digital instansi. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi

data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif yang didukung visualisasi konten, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan untuk memahami peran desain visual *feeds* Instagram dalam membangun identitas dan *branding* digital instansi pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Mitigasi dan Adaptasi Bencana Hidrometeorologi Kehutanan di bawah Kementerian Kehutanan. Berdasarkan hasil observasi terhadap unggahan *feeds* Instagram @pusbangmitigasi, akun tersebut tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi terkait mitigasi bencana, tetapi juga membagikan berbagai aktivitas instansi serta konten yang dikemas dengan pendekatan yang lebih santai agar mudah diterima oleh masyarakat. Keberagaman jenis konten tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi diposisikan sekadar sebagai media penyampaian informasi satu arah, melainkan sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi secara tidak langsung antara instansi dengan audiens. Dalam konteks ini, tampilan visual menjadi bagian penting karena menjadi elemen pertama yang dilihat audiens sebelum memahami isi pesan secara lebih mendalam. Oleh karena itu, desain visual pada *feeds* Instagram memiliki peran yang cukup besar dalam membantu penyampaian pesan sekaligus membentuk kesan terhadap identitas instansi.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa tampilan *feeds* Instagram @pusbangmitigasi memperlihatkan adanya pola penyusunan visual yang tidak dilakukan secara acak. Setiap unggahan menunjukkan adanya pertimbangan dalam pemilihan elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, hingga penempatan logo instansi. Temuan tersebut diperkuat melalui hasil wawancara dengan pihak internal yang terlibat dalam pengelolaan media sosial, di mana proses penyusunan desain dilakukan dengan menyesuaikan karakter konten dan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan. Elemen-elemen visual tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap tampilan, tetapi juga berperan dalam membentuk cara audiens memahami informasi yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pandangan Lauer & Pentak (2020) yang menekankan bahwa desain visual tidak hanya berkaitan dengan keindahan tampilan, tetapi juga bagaimana elemen-elemen tersebut disusun sehingga menghasilkan makna yang terarah. Dengan demikian, desain visual dalam konteks ini dapat dipahami sebagai bagian dari proses komunikasi yang membantu menyampaikan pesan secara lebih efektif.

Selain sebagai media penyampaian informasi, tampilan visual yang disajikan secara berulang juga memiliki peran dalam membentuk persepsi audiens terhadap akun tersebut. Audiens sering kali menangkap kesan awal dari tampilan visual sebelum membaca isi konten, sehingga pengalaman visual menjadi faktor penting dalam membangun pengenalan terhadap suatu instansi. Hal ini sejalan dengan konsep *branding* yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009), di mana pengalaman yang diterima secara berulang akan membantu membentuk ingatan dan asosiasi di benak audiens. Dalam konteks akun @pusbangmitigasi, pengulangan elemen visual seperti dominasi warna hijau, penggunaan gaya desain tertentu, serta penempatan logo instansi secara konsisten membuat audiens lebih mudah mengenali konten yang berasal dari akun tersebut meskipun tanpa melihat nama akun secara langsung. Dengan demikian, desain visual tidak hanya berfungsi sebagai tampilan, tetapi juga sebagai bagian dari strategi dalam membangun identitas digital instansi pemerintah.



Gambar 1 Tampilan keseluruhan *feeds* Instagram @pusbangmitigasi.

Berdasarkan tampilan keseluruhan *feeds* pada Gambar 1, terlihat bahwa meskipun setiap konten memiliki desain yang berbeda, tetap terdapat keterkaitan visual yang menghubungkan satu unggahan dengan unggahan lainnya. Keterkaitan ini tidak selalu muncul secara eksplisit, tetapi dapat dirasakan melalui pengulangan elemen tertentu seperti warna, gaya ilustrasi, bentuk *layout*, maupun penggunaan tipografi yang serupa. Pengulangan tersebut secara tidak langsung membentuk pola yang membuat tampilan *feeds* terlihat lebih terarah dan tidak acak. Hal ini menunjukkan bahwa desain tidak hanya dipikirkan pada level satu konten saja, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana tampilan akun secara keseluruhan akan dilihat oleh audiens dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Proses perancangan desain visual pada akun ini diawali dari penentuan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Informasi yang akan dibagikan kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk visual yang disesuaikan dengan karakter konten. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak internal yang terlibat dalam pengelolaan akun, desain tidak menggunakan satu template yang tetap, melainkan dikembangkan secara fleksibel mengikuti kebutuhan konten (Kristanti & Buntaran, 2024). Pendekatan ini menunjukkan bahwa desain visual tidak bersifat kaku, tetapi mampu menyesuaikan diri dengan berbagai jenis informasi yang disampaikan. Konten edukasi biasanya dikemas dengan pendekatan yang lebih rapi dan formal agar informasi mudah dipahami, sedangkan konten ringan dibuat lebih santai agar terasa dekat dengan audiens media sosial.



Gambar 2 Contoh perbedaan desain konten informatif dan konten ringan.

Perbedaan pendekatan desain terlihat lebih jelas ketika membandingkan konten informatif dengan konten yang bersifat ringan. Konten informatif umumnya disusun dengan struktur yang lebih rapi dan terarah, sehingga memudahkan audiens dalam memahami isi pesan yang disampaikan. Penyusunan elemen visual pada konten jenis ini cenderung lebih terorganisir, dengan pembagian ruang yang jelas antara teks dan gambar. Sementara itu, konten yang bersifat ringan dikemas dengan pendekatan visual yang lebih santai, seperti penggunaan ilustrasi, warna yang lebih variatif, serta komposisi yang lebih bebas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa desain tidak hanya berfokus pada tampilan, tetapi juga menyesuaikan dengan tujuan komunikasi dari masing-masing konten.

Meskipun terdapat perbedaan dalam penyajian, tetap terdapat elemen yang dipertahankan agar antar konten tidak kehilangan keterkaitan visual. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual pada akun ini berusaha menjaga keseimbangan antara variasi dan konsistensi. Variasi digunakan

untuk menjaga ketertarikan audiens agar tidak merasa jenuh, sedangkan konsistensi berfungsi untuk membangun identitas visual yang mudah dikenali. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rizki et al. (2024) yang menyatakan bahwa desain media sosial perlu disusun secara menarik dan tidak monoton agar mampu mempertahankan perhatian audiens dalam waktu singkat. Dalam media sosial, audiens cenderung melihat konten dengan cepat, sehingga tampilan visual yang menarik menjadi salah satu faktor penting agar sebuah unggahan dapat lebih diperhatikan dibandingkan konten lain yang muncul di beranda pengguna.

Namun demikian, tingkat variasi yang cukup tinggi juga menunjukkan bahwa pola visual secara keseluruhan belum sepenuhnya terbentuk secara konsisten. Hal ini terlihat dari perbedaan gaya visual yang cukup signifikan pada beberapa konten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fokus perancangan desain masih lebih menekankan pada kebutuhan masing-masing konten dibandingkan pembentukan sistem visual yang terstruktur secara menyeluruh. Meskipun begitu, pendekatan tersebut tetap memberikan keuntungan karena membuat tampilan *feeds* terasa lebih dinamis dan tidak monoton ketika dilihat oleh audiens.

Salah satu elemen yang paling menonjol dalam membentuk keterkaitan visual adalah warna. Warna menjadi aspek pertama yang ditangkap oleh audiens ketika melihat sebuah konten, bahkan sebelum mereka membaca isi pesan yang disampaikan. Pada akun @pusbangmitigasi, penggunaan warna hijau terlihat cukup dominan dan muncul secara berulang pada berbagai unggahan. Penggunaan warna ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga berkaitan dengan identitas instansi yang bergerak di bidang kehutanan. Warna hijau digunakan untuk memperkuat kesan alam, lingkungan, serta isu kehutanan yang menjadi fokus utama instansi tersebut.

Pengulangan warna hijau pada berbagai konten membantu membentuk asosiasi visual di benak audiens, sehingga mereka dapat mengenali konten yang berasal dari akun tersebut dengan lebih cepat. Hal ini sesuai dengan pendapat Fitriah (2018) yang menyatakan bahwa warna memiliki peran penting dalam membentuk persepsi serta menarik perhatian audiens. Selain itu, penggunaan warna yang konsisten juga menunjukkan adanya penerapan prinsip kesatuan (*unity*) dalam desain visual, di mana elemen-elemen yang digunakan secara berulang mampu menciptakan hubungan yang utuh antar bagian (Lauer & Pentak, 2020). Konsistensi warna tersebut membuat *feeds* terlihat memiliki identitas yang lebih jelas meskipun jenis kontennya beragam.

Meskipun demikian, penggunaan warna pada akun ini tidak sepenuhnya bersifat kaku. Pada beberapa konten, terutama yang bersifat ringan, terdapat variasi warna yang membuat tampilan menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi yang diterapkan bukan dalam bentuk kesamaan mutlak, melainkan dalam bentuk keterkaitan visual yang tetap terjaga (Usman, 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa desain visual mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi tanpa kehilangan identitas utama. Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa pemilihan warna sering kali disesuaikan dengan tema informasi yang ingin disampaikan agar pesan terasa lebih relevan dengan isi konten.

Selain warna, tipografi juga memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung penyampaian informasi. Penggunaan tipografi pada akun ini menunjukkan adanya variasi yang cukup beragam, baik dari segi jenis font, ukuran, maupun penempatan teks dalam desain. Variasi ini memberikan kesan dinamis pada tampilan konten, sehingga tidak terasa monoton (Lestari, 2024). Namun, variasi tersebut tetap diimbangi dengan pertimbangan keterbacaan agar informasi dapat diterima dengan jelas oleh audiens.

Penggunaan font seperti Poppins menunjukkan adanya upaya untuk menjaga kejelasan dan ketegasan teks. Bentuk huruf yang sederhana dan mudah dibaca membuat informasi dapat dipahami oleh berbagai kalangan usia, sehingga konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Pemilihan tipografi tersebut juga membuat tampilan konten terasa modern dan sesuai dengan karakter media sosial saat ini. Selain itu, tipografi juga dimanfaatkan untuk menonjolkan informasi penting melalui perbedaan ukuran dan posisi teks, sehingga audiens dapat langsung memahami inti pesan tanpa harus membaca seluruh isi konten secara detail. Penempatan judul

yang lebih besar dibandingkan isi teks memperlihatkan adanya penerapan prinsip penekanan (*emphasis*) dalam desain visual (Lauer & Pentak, 2020).



Gambar 3 Contoh elemen visual (warna, tipografi, dan *layout*)

Pengolahan elemen visual juga terlihat pada penyusunan *layout* yang digunakan dalam setiap konten. *Layout* berperan dalam mengatur bagaimana elemen-elemen visual disusun sehingga membentuk alur informasi yang jelas dan mudah dipahami. Pada akun @pusbangmitigasi, *layout* yang digunakan tidak mengikuti satu pola tetap, melainkan disesuaikan dengan jenis konten yang disampaikan. Konten informatif biasanya disusun dengan struktur yang lebih rapi dan terarah, sedangkan konten yang bersifat ringan menggunakan pendekatan yang lebih fleksibel. Penempatan elemen visual seperti teks, ilustrasi, dan ikon disusun agar audiens dapat memahami isi konten secara bertahap tanpa merasa bingung ketika membaca informasi.

Penempatan elemen utama yang cukup menonjol menunjukkan adanya upaya untuk mengarahkan perhatian audiens pada informasi yang dianggap paling penting. Hal ini menunjukkan adanya penerapan prinsip penekanan (*emphasis*) serta keseimbangan (*balance*) dalam desain visual (Lauer & Pentak, 2020). Meskipun tidak selalu menggunakan pola yang sama, penyusunan elemen visual tetap mempertimbangkan kenyamanan visual agar konten tidak terasa terlalu padat atau membingungkan. *Layout* yang fleksibel juga membuat konten terasa lebih hidup dan mampu mengikuti karakter informasi yang berbeda-beda.

Namun demikian, tidak adanya pola *layout* yang konsisten juga menyebabkan ritme visual pada keseluruhan *feeds* belum terbentuk secara kuat. Ritme dalam desain visual biasanya muncul melalui pengulangan elemen secara teratur, sehingga menciptakan keteraturan dalam tampilan. Pada akun ini, ritme tersebut masih belum terlihat secara jelas karena tingginya variasi desain. Meskipun begitu, variasi ini tetap memberikan kesan dinamis yang sesuai dengan karakter media sosial yang cenderung cepat dan berubah-ubah. Dalam konteks media sosial, variasi visual sering kali dibutuhkan agar audiens tidak merasa bosan ketika melihat konten yang muncul secara terus-menerus.

Selain elemen utama seperti warna, tipografi, dan *layout*, penggunaan elemen tambahan juga menjadi bagian penting dalam desain visual. Ilustrasi, karakter visual seperti kucing, serta elemen animasi digunakan untuk menciptakan kesan yang lebih santai dan menarik. Kehadiran elemen-elemen tersebut membuat konten terasa lebih dekat dengan audiens dan tidak terlalu formal, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima. Penggunaan ilustrasi juga membantu menciptakan kesan yang lebih *eye-catching*, terutama bagi audiens media sosial yang cenderung tertarik pada konten visual yang ringan dan komunikatif.

Penambahan logo instansi pada setiap konten juga memiliki peran penting sebagai penanda kepemilikan. Logo biasanya ditempatkan secara fleksibel menyesuaikan *layout* konten, seperti di bagian atas, tengah, maupun sudut desain. Keberadaan logo membantu audiens mengenali sumber informasi, terutama ketika konten dibagikan kembali di luar akun utama. Dengan demikian, logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai bagian dari identitas visual yang memperkuat *branding* digital instansi. Keberadaan logo yang muncul secara berulang membuat audiens lebih mudah mengaitkan konten dengan instansi Pusbang Mitigasi.

Untuk memperjelas peran elemen visual dalam membangun *branding* digital, hasil observasi terhadap *feeds* Instagram @pusbangmitigasi dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Elemen Visual pada *Feeds* Instagram @pusbangmitigasi

No	Elemen Visual	Temuan pada Instagram @pusbangmitigasi
1.	Logo Instansi	Logo instansi dan identitas Kementerian Kehutanan ditampilkan pada setiap unggahan sebagai penanda kepemilikan konten. Penempatannya dibuat fleksibel, seperti di bagian atas, tengah, maupun bagian bawah *layout* menyesuaikan komposisi desain.
2.	Warna	Penggunaan warna hijau terlihat dominan pada berbagai unggahan *feeds*. Warna tersebut dipadukan dengan warna pendukung lain diambil dari logo atau sesuai karakter konten, baik konten informatif maupun konten yang lebih ringan.
3.	Tipografi	Penggunaan tipografi dibuat bervariasi sesuai kebutuhan konten. Seperti font Poppins yang mendominasi beberapa unggahan dengan tampilan yang terlihat tegas, sederhana, dan mudah dibaca oleh berbagai kalangan usia.
4.	Tata Letak	*Layout* konten disusun secara fleksibel mengikuti jenis informasi yang disampaikan. Konten informatif cenderung menggunakan susunan yang lebih rapi dan terarah, sedangkan konten ringan menggunakan *layout* yang lebih santai dan dinamis.
5	Ilustrasi dan Elemen Pendukung	Beberapa konten menggunakan ilustrasi, ikon, animasi, serta karakter visual seperti kucing untuk membuat tampilan lebih menarik dan tidak terlalu formal.
6	Konsistensi Visual	Meskipun desain setiap unggahan berbeda, tetap terdapat keterkaitan visual melalui pengulangan warna, gaya desain, dan elemen tertentu sehingga *feeds* terlihat lebih terarah.

Berdasarkan hasil observasi pada tabel tersebut, elemen-elemen visual yang digunakan pada akun Instagram @pusbangmitigasi menunjukkan adanya upaya dalam membangun identitas visual yang dapat dikenali oleh audiens. Penggunaan elemen visual yang muncul secara berulang membuat tampilan *feeds* memiliki keterkaitan antar konten, sehingga audiens dapat mengenali postingan yang berasal dari akun @pusbangmitigasi hanya melalui tampilan visualnya, bahkan sebelum melihat nama akun. Kondisi ini menunjukkan bahwa desain visual tidak hanya digunakan sebagai pelengkap tampilan, tetapi telah menjadi bagian dari strategi komunikasi digital instansi.

Hasil wawancara dengan pihak internal yang terlibat dalam pengelolaan media sosial menunjukkan bahwa penyusunan desain dilakukan dengan menyesuaikan karakter informasi yang ingin disampaikan. Konten yang bersifat formal dan informatif biasanya menggunakan susunan visual yang lebih rapi dengan warna yang lebih tenang agar informasi mudah dipahami. Sementara itu, konten yang bersifat ringan dibuat dengan pendekatan visual yang lebih santai melalui penggunaan ilustrasi, animasi, maupun elemen pendukung lainnya agar mampu menarik perhatian audiens media sosial. Pendekatan tersebut dilakukan agar konten tidak terasa monoton dan tetap mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

Penggunaan warna hijau yang muncul secara dominan menjadi salah satu elemen yang paling kuat dalam membentuk identitas visual akun. Warna tersebut tidak hanya berkaitan dengan tampilan estetika, tetapi juga merepresentasikan karakter instansi yang bergerak di bidang kehutanan. Pengulangan warna secara konsisten membantu membentuk asosiasi visual di benak audiens, sehingga konten lebih mudah dikenali. Hal ini sejalan dengan pendapat Fitriah (2018) yang menjelaskan bahwa warna memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan menarik perhatian audiens terhadap sebuah visual.

Selain warna, penggunaan tipografi juga menunjukkan adanya pertimbangan terhadap kenyamanan audiens dalam membaca informasi. Penggunaan font seperti Poppins memperlihatkan upaya untuk menghadirkan tampilan yang tegas, sederhana, serta mudah dipahami oleh berbagai kalangan usia. Pemilihan tipografi yang sesuai membuat informasi dapat diterima dengan lebih cepat, terutama karena karakter media sosial menuntut penyampaian pesan secara singkat dan jelas. Dari hasil observasi, ukuran dan penempatan teks juga dibuat menonjol pada bagian tertentu agar audiens dapat langsung menangkap inti informasi tanpa harus membaca keseluruhan isi konten.

Elemen ilustrasi dan karakter visual tambahan seperti animasi maupun ilustrasi kucing juga menjadi bagian yang cukup menarik dalam desain *feeds* Instagram @pusbangmitigasi. Penggunaan elemen tersebut membuat tampilan konten terasa lebih santai dan tidak terlalu formal, sehingga mampu menciptakan kedekatan dengan audiens. Kehadiran ilustrasi juga membantu meningkatkan daya tarik visual atau *eye-catching* pada konten, terutama di tengah arus informasi media sosial yang bergerak cepat. Dengan adanya elemen visual yang lebih ekspresif, konten menjadi lebih mudah menarik perhatian audiens ketika muncul di beranda Instagram.

Dari sisi *layout*, penyusunan elemen visual pada *feeds* Instagram @pusbangmitigasi menunjukkan adanya penyesuaian terhadap jenis konten yang disampaikan. Konten informatif disusun dengan pembagian ruang yang lebih rapi dan terstruktur agar audiens dapat mengikuti alur informasi secara lebih jelas. Sementara itu, konten yang lebih santai dibuat dengan *layout* yang lebih fleksibel agar tampilan terasa lebih dinamis. Meskipun belum menggunakan pola *layout* yang sepenuhnya konsisten, variasi tersebut menunjukkan adanya upaya untuk menjaga tampilan *feeds* agar tidak monoton.

Dalam kajian *branding*, Kotler & Keller (2009) menjelaskan bahwa pengalaman visual yang muncul secara berulang dapat membentuk pengenalan dan asosiasi tertentu di benak audiens. Hal tersebut terlihat pada akun @pusbangmitigasi, di mana penggunaan elemen visual yang konsisten membantu membangun identitas digital instansi pemerintah secara bertahap. Audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mulai mengenali karakter visual dari akun tersebut melalui warna, tipografi, ilustrasi, maupun gaya desain yang digunakan secara berulang.

Jika dikaitkan dengan pandangan Lauer & Pentak (2020), elemen-elemen visual pada *feeds* Instagram @pusbangmitigasi juga menunjukkan adanya penerapan prinsip kesatuan (*unity*), penekanan (*emphasis*), serta keseimbangan (*balance*). Penggunaan warna yang terus diulang membantu membentuk kesatuan visual, sementara penempatan teks dan elemen utama dalam desain membantu mengarahkan perhatian audiens pada informasi yang dianggap paling penting.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil pengamatan, desain visual pada akun @pusbangmitigasi masih memiliki potensi untuk dikembangkan lebih jauh agar *branding* digital yang dibangun dapat menjadi lebih kuat dan relevan dengan perkembangan media sosial saat ini. Variasi desain yang cukup tinggi terkadang membuat pola visual antar konten belum sepenuhnya konsisten. Oleh karena itu, diperlukan eksplorasi desain yang lebih terarah agar *feeds* tetap terlihat variatif tanpa kehilangan identitas visual utamanya.

Selain itu, pengembangan visual yang lebih mengikuti tren media sosial juga dapat menjadi salah satu langkah untuk meningkatkan ketertarikan audiens. Penggunaan *layout* yang lebih eksploratif, pemilihan tipografi yang semakin disesuaikan dengan karakter pesan, serta pengolahan ilustrasi yang lebih kreatif dapat membantu meningkatkan daya tarik visual konten. Dengan demikian, desain visual tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai cara instansi membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens melalui tampilan yang komunikatif, menarik, dan mudah dikenali secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa desain visual pada *feeds* Instagram @pusbangmitigasi telah berperan dalam mendukung komunikasi digital sekaligus membangun *branding* digital instansi pemerintah. Melalui penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, *layout*, ilustrasi, serta logo instansi, akun @pusbangmitigasi mampu membentuk identitas visual yang dapat dikenali oleh audiens. Penggunaan warna hijau yang muncul secara berulang menjadi

elemen yang paling kuat dalam membangun pengenalan visual, sehingga audiens dapat mengenali konten yang berasal dari akun tersebut hanya melalui tampilan desainnya.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, proses perancangan desain visual pada akun @pusbangmitigasi menunjukkan bahwa setiap konten disusun dengan menyesuaikan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan. Konten informatif dikemas dengan tampilan yang lebih terstruktur dan jelas, sedangkan konten yang lebih ringan menggunakan pendekatan visual yang lebih santai melalui ilustrasi, animasi, serta elemen visual pendukung lainnya agar lebih menarik perhatian audiens media sosial. Penggunaan tipografi seperti font Poppins juga menunjukkan adanya upaya untuk menghadirkan tampilan yang tegas, mudah dibaca, serta dapat dipahami oleh berbagai kalangan usia.

Meskipun desain visual yang digunakan menunjukkan fleksibilitas yang cukup tinggi, kondisi tersebut tidak sepenuhnya mengganggu proses *branding* karena masih terdapat elemen-elemen visual yang dipertahankan secara konsisten, terutama pada penggunaan warna dan identitas instansi. Namun demikian, tingkat variasi desain yang terlalu tinggi berpotensi membuat pola visual antar konten menjadi kurang kuat apabila tidak diimbangi dengan sistem visual yang lebih terarah. Oleh karena itu, fleksibilitas dalam desain perlu tetap dikontrol agar variasi konten tidak menyebabkan identitas visual akun menjadi kurang konsisten.

Secara keseluruhan, desain visual pada *feeds* Instagram @pusbangmitigasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi *branding* digital instansi pemerintah. Pengalaman visual yang muncul secara berulang membantu membangun pengenalan, memperkuat identitas, serta menjaga ketertarikan audiens terhadap konten yang disajikan. Ke depannya, pengembangan desain visual dapat dilakukan melalui penyusunan pola visual yang lebih terarah, eksplorasi *layout* yang tetap konsisten namun variatif, serta pengolahan elemen visual yang lebih mengikuti perkembangan tren media sosial agar *branding* digital instansi dapat menjadi lebih kuat, komunikatif, dan mudah diingat oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.

Ahmad, A., Ainussyifa, Z., Srisadono, W., Islami, D. I., & Gunawan, G. (2022). Pemanfaatan Instagram Kementerian Sosial RI dalam Meningkatkan Citra Pemerintah. *Jurnal Cyber PR*, *2*(2), 133–144.

Amirullah, F., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis Resepsi Masyarakat terhadap Desain Grafis pada Billboard Kampanye Program Pemerintah Daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, *1*(1), 12.

Bainuri, Z. H., & Bachtiar, W. (2025). Analisis Prinsip Desain Visual pada Instagram @kominfobogor untuk Menyampaikan Informasi kepada Publik. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, *6*(1), 102–117.

Fauziah, K., & Aulia, P. B. (2024). Visual Branding Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Konten Instagram: Sebuah Tinjauan Semiotik. *Nusantara Hasana Journal*, *3*(12), 102–110.

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Deepublish.

Hafizd, J., Nurfalah, F. S., Ramadhan, M. A. P., Kaerudin, P., & Elok, K. (2023). Peran Media Sosial dalam Penyampaian Aspirasi Masyarakat untuk Perubahan yang Lebih Baik. *Strata Social and Humanities Studies*, *1*(2), 147–155.

Karouw, M. I., Bezaleel, M., & Utami, B. S. (2024). Perancangan Social Media Strategy Instagram PT XYZ untuk Membangun Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, *24*(2), 123–136.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Erlangga.

Kristanti, A. I. S., & Buntaran, L. C. K. (2024). *Strategi Komunikasi Visual melalui Media Sosial: Studi Kasus pada Akun Instagram Tirtoid*.

Lauer, D., & Pentak, S. (2020). *Design Basics* (10th ed.). Cengage Learning.

Lestari, A. Z. (2024). Tipografi Buku: Desain Unik Gramedia World Burlian Palembang yang Memikat Pelanggan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan*, *5*(2), 64–69.

Mogi, M. A. M., & Setyaning, A. N. A. (2025). Visual Design Innovation through Instagram to Increase User Interaction and Build Brand Awareness at PT. Oninyon Revolusi Kreatif Indonesia. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *4*(2), 845–862.

Nugraha, P. S., & Irwansyah, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *11*(1), 35–48.

Putra, F. H. R., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Penerapan Cognitive Load Theory dalam Pengelolaan Konten Edukasi Digital di Instagram PPSDM ANRI. *Journal Media Public Relations*, *5*(1), 183–193.

Putri, I. K., & Ardiansah, I. (2024). Visual Guideline Media Sosial Instagram untuk Penerapan Elemen Identitas yang Konsisten. *Jurnal Desain*, *11*(3), 630–646.

Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rizki, M. T. D., Alamin, M. I., Alghifari, M. Z., & Kusumadinata, A. A. (2024). Proses Komunikasi Visual: Studi Kasus dalam Pembuatan Konten Desain Grafis di Sosial Media Klien Today's Project. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *1*(9), 5017–5024.

Saragih, A., & El Fikri, M. (2025). Effectiveness of Social Media Marketing Strategy and Visual Brand Identity on Instagram in Improving Brand Awareness of Miricare Oil Business. *Economic: Journal Economic and Business*, *4*(3), 449–463.

Setiawan, H., & 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.

Usman, I. (2025). Komunikasi Visual dalam Branding: Peran Desain Grafis dalam Membangun Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, *1*(1), 14–25.